





Environment

Social

SDGs

Governance

ビックカメラ

統合報告書2020

2020年8月期

目次

02 数値でみるビックカメラグループ
04 価値創造の歴史
06 価値創造プロセス
08 社長メッセージ
12 事業戦略
13 特集：新型コロナウイルス感染症への対応
18 環境への取組み
22 従業員への取組み
26 お客様への取組み
28 社会への取組み
30 コーポレート・ガバナンス
34 財務レビュー
36 企業情報

編集方針

当社グループの価値創造プロセスや事業戦略、ESG情報等、すべてのステークホルダーの皆様に分かりやすく報告することを基本方針としています。また、本報告書は「国際統合報告評議会（IIRC）」が提唱する「国際統合報告フレームワーク」を参照し編集しており、財務情報と非財務情報をまとめ、どのように長期にわたり価値を創造するかを説明する「統合報告書」として発行しています。本報告書に記載されていない詳細な情報については、当社ホームページにて情報を開示しています。

株主・投資家情報サイト

https://www.biccamera.co.jp/ir/

［対象範囲］

本報告書はビックカメラグループを対象にしていますが、一部データと取組みについては、株式会社ビックカメラの活動を対象に報告しています。

［対象期間］

2019年9月1日～2020年8月31日
ただし、一部に当該期間外の取組みが含まれています。

［発行日］

2021年1月

［参考にしたガイドライン］

国際統合報告評議会（IIRC）の「国際統合報告フレームワーク」を参考にしています。

［将来に関する予測・予想・計画に関する注意事項］

本報告書にはビックカメラグループの過去と現在の事実だけでなく、発行時点における計画や見通しに基づいた将来予測が含まれています。将来予測は、記述した時点で入手可能な情報から判断した仮定ないし見込みであり、諸条件やさまざまな外部環境の要因等により、当初の見込みとは異なる結果となる可能性があることをご了承ください。










ビックカメラ企業行動憲章

ビックカメラは、次の9原則に基づき、人権を尊重し、関係法令、国際ルールおよびその精神を遵守するとともに、社会的良識をもって、「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、「一人ひとりのお客様を大切に、最高の満足と喜びを感じていただけるよう、笑顔と真心を込めた言葉で接します」をスローガンに、「専門性と先進性で、より豊かな生活を提案する進化し続ける“こだわり”の専門店の集合体」を目指して活動を続けてまいります。

1.【お客様第一主義の実践】
社会的に有用な商品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に十分配慮して提供し、お客様に満足していただき、信頼を得ます。

2.【コンプライアンスの徹底】
公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行います。また、政治、行政とは健全かつ正常な関係を保ちます。

3.【企業情報の公正・適時開示】
株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示します。

4.【健全な職場の育成】
従業員の多様性、人格、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現します。

5.【環境問題への取組み】
環境問題への取組みは人類共通の課題であり、企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動します。

6.【積極的な社会貢献】
「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行います。

7.【反社会勢力の排除】
市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決します。

8.【経営トップのリーダーシップ】
経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、グループ企業や取引先に周知させます。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図ります。

9.【問題の解決・罰則など】
本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努めます。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行います。

2006.7.25制定
2020.9.01改定

株式会社ビックカメラ　代表取締役社長 木村 一義

数値でみるビックカメラグループ

グループの業績・財務

売上高

8,479億円

1株当たり配当金

13円

営業利益

120億円

自己資本比率

29.0%

ROA

3.4%

ROE

4.0%

「生産性の向上」と「持続的な成長」を2大戦略に掲げ、グループの企業価値向上を図っています。2020年8月期は、インターネット通販が前期比37%増と大きく伸びたものの、新型コロナウイルス感染症による影響が大きく、減収減益となりました。配当金については、業績に応じた適正な利益配当の実施を基本方針に、株主の皆様への利益還元を行っています。

店舗／物流ネットワーク

218店舗／9拠点

（2020年12月31日現在）

ビックカメラ、コジマ、ソフマップのブランドを、お客様のニーズに応えながら、より豊かな生活を提案する専門店の集合体として、全国で展開しています。また、ECマーケットの拡大にも対応する9つの物流拠点を設置し、効率的な物流ネットワークを稼働しています。物流拠点では、棚移動ロボット等の機械導入による効率化も進めています。

連結従業員数

9,024名

「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、従業員一人ひとりが挑戦を続けながら活動しています。

女性取締役比率

15.4%

監査等委員会設置会社へ移行し、取締役の多様化を図るため女性取締役を2名、社外取締役を5名選任しています。なお、社外取締役比率は38.5%となっています。

家電製品アドバイザー※／自転車整備士

2,760名／154名

（2020年12月現在）

製品の仕組みや使用方法を熟知した販売員が、お客様にアドバイスや正しい使用方法をお伝えすることにより、誤使用による製品事故防止に貢献しています。

※家電製品アドバイザーは、スマートマスター・家電製品エンジニアを含む数値

PB（プライベートブランド）商品売上高構成比

10.8%

豊富な顧客データに基づき、お客様ニーズに応えるPB商品（5,604アイテム）を開発し、売上高と利益率の更なる向上を図っています。

CO_2排出量（t-CO_2）

前年同期比8.9%削減

店舗内の照明を蛍光灯から、省エネ性能の高いLED照明へ切り替えたこと等で、CO_2排出量削減に貢献しています。

エネルギー使用量（kWh）

前年同期比3.8%削減

店舗内のLED化とあわせ、省エネルールの徹底をすることにより、エネルギー使用量の削減に貢献しています。

小型充電式電池回収実績

20,416kg

一般社団法人JBRC主催の「小型充電式電池リサイクルパワーアップキャンペーン」に参画し、デジタルカメラ、ノートパソコン等に使用されている小型充電式電池の回収活動に積極的に取組んでいます。

使用済み携帯電話回収実績

11,802台

希少金属の回収と不正使用の防止のため、お客様がご不要になった携帯電話・PHS、バッテリー、充電器、アダプターの回収を実施し、リサイクル活動に取組んでいます。

小型家電リサイクル再資源化実績

117.9t

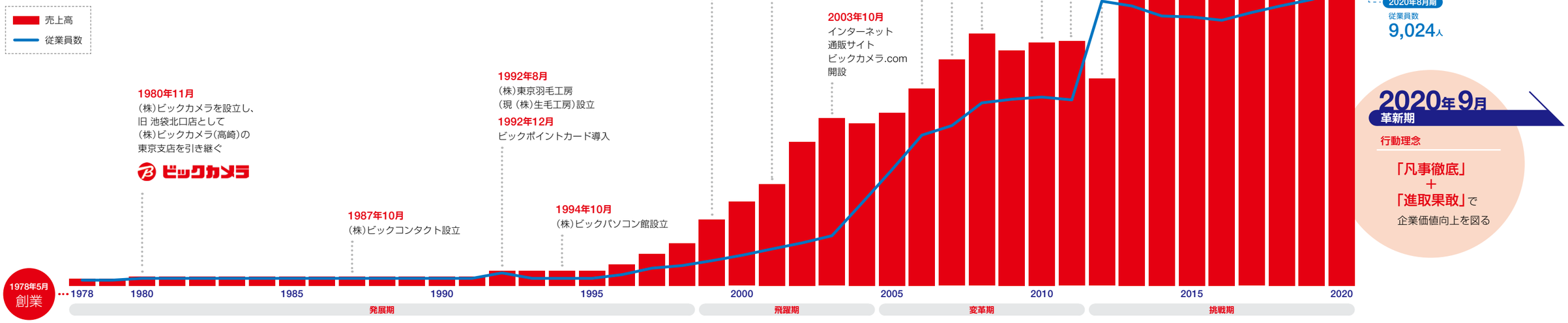
環境省・経済産業省から認定を受けた「小型家電リサイクル法」の認定事業者と連携して、パソコン・小型家電の回収・リサイクル活動に取組んでいます。

価値創造の歴史

ビックカメラは、「専門性と先進性で、より豊かな生活を提案する進化し続ける“こだわり”の専門店の集合体」を目指して、音響映像商品、情報通信機器商品、家庭電化商品、ゲーム・時計・玩具等の取扱商品の拡大をするとともに、「都市型」×「駅前」×「大型」を中心とした店舗出店やインターネット通販事業の拡大を進めてきました。またロードサイド型店舗を運営する株式会社コジマやリユース事業・サポートサービス事業を強みとする株式会社ソフマップ等と提携し、グループの強化にも努めてきました。

今後もビックカメラグループは、「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」との経営理念のもと、社会貢献と業績向上の両立を目指すとともに、環境配慮企業のトップランナーとして社会的な責任を果たしつつ、企業価値の更なる向上を目指していきます。

売上高推移と従業員数推移(連結)



2020年9月 革新期

行動理念

「凡事徹底」＋「進取果敢」で企業価値向上を図る

1978年 発展期

お客様第一主義のもとカメラ専門から家電・パソコン等取扱商品を拡大





創業当初はカメラ専門店からスタートしたビックカメラは、家電・パソコン等多様な商品を取り扱うようになり「こだわりの専門店の集合体」の礎を築きました。1992年にはお客様第一主義のもとビックポイントカードを導入しました。

1999年 飛躍期

「都市型」×「駅前」×「大型」を中心とした店舗出店、インターネット通販事業をスタート





「都市型」×「駅前」×「大型」を中心とした店舗出店とインターネット通販事業をスタートし、事業を拡大しました。2001年にはリサイクル事業を行う(株)フューチャー・エコロジーを設立しました。

2005年 変革期

パソコン中古買取販売の(株)ソフマップを子会社化、環境省「エコ・ファースト制度」第1号に認定



2006年2月に(株)ソフマップを子会社化し事業を拡大、8月にはジャスダック証券取引所に株式を上場しました。2008年には業界における環境先進企業であることを環境省が認定する「エコ・ファースト制度」の第1号に認定されました。

2012年 挑戦期

郊外型家電量販店の(株)コジマを子会社化、社会貢献と業績向上の両立を目指す



郊外型店舗を展開する(株)コジマを子会社化し、更に事業を拡大。ビックカメラ女子ソフトボール高崎の創部や保育園「Bic Kids」開設、「プラチナくるみん」認定取得、「健康経営優良法人2020(ホワイト500)」認定等、業績向上と社会貢献の両立を目指しています。

価値創造プロセス

ビックカメラグループは、「専門性と先進性で、より豊かな生活を提案する進化し続ける“こだわり”の専門店の集合体」を目指すことを通じて、ステークホルダーに対して価値を提供しています。ビックカメラグループが持つ資本を活用し、さまざまな社会課題の解決に向けた事業活動を展開することで企業価値向上を図るとともに、SDGsの達成にも貢献しています。

事業を通じて社会へ貢献

社会的課題

- 少子高齢化 労働人口の減少
- 地球温暖化
- 安全・安心へのニーズ
- 循環型社会へのニーズ
- テクノロジーの進化
- 新型コロナウイルス感染症の拡大

投下資本

- 人的資本（従業員）
- 社会・関係資本（お客様・取引先）
- 知的資本（目利き力・商品企画力）
- 大切な預かりもの（従業員／お客様／商品）
- 財務資本（手元資金等）
- 製造資本（店舗・EC）
- 自然資本

ビックカメラグループ

企業理念

専門性と先進性で、進化し続ける“こだわり”の専門店の集合体 より豊かな生活を提案する

行動理念

「凡事徹底」＋「進取果敢」

～凡事徹底の上、進取果敢。新しい事に、自ら進んで、大胆に取組むこと。～

- 凡事徹底
  - 粗利改善・収益構造可視化
  - 店舗・EC・物流の効率化
- 進取果敢
  - 独自性の高い商品の開発
  - リカーリングサービスの開発

事業戦略

- 生産性向上戦略
  - 営業利益の向上（損益分岐点の引き下げ）
  - 業務改善・改革の推進（コスト・経費の見える化）
  - 人財育成、組織活性化（SDGsへの取組み）
  - リスク管理強化
- 成長戦略
  - 顧客が求める「こだわりの専門店の追求」
  - 成長領域への積極投資
  - 成長戦略実現に向けた投資と効果の見える化
  - DX戦略推進（事業変革、ロジスティクス基盤の再構築）

バリューチェーン

お客様の購買代理人とし てバリューチェーンの最適化を目指します。

仕入・商品企画 → 物流 → 陳列 → 販売 → アフターケア

環境／社会配慮

ビックカメラ　企業行動憲章

経営理念

従業員を大切にすることにより、「お客様第一主義を実践し、最高のサービスをお客様に提供することで社会に貢献する」

ステークホルダーに対する提供価値

従業員

従業員の物心両面の満足度向上に努めるとともに、働きたい場所・やりたい仕事につける機会と場を提供し、かつ自ら学ぶ意志のある従業員の成長をサポートします。

お客様

お客様満足度を高められるよう、更なるサービスレベルの向上に努めています。

お取引先

メーカーをはじめとするお取引先の皆様と健全かつ公正な取引きを守り、共存共栄を目指しています。

株主・投資家

株主・投資家の皆様からの信頼と期待に応えられるよう、持続的成長を続け、企業価値向上を目指しています。

社会

店舗を通じて地域社会と深くかかわっており、地域社会とともにある存在としてその役割を果たしています。

政府・行政機関

政府・行政機関と適切な関係を保持して、企業行動憲章に準じて対応しています。

SDGsの達成に貢献

※ SDGsとは？
SDGsとは「持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals」の略称です。2015年9月に国連で開かれたサミットで決定した国際社会共通の目標“2030年までに達成すべき17の目標”のことです。

経営改革を断行し、ニューノーマルのくらしに貢献する企業へ

厳しい時代にこそ原点の顧客志向を徹底し、
「専門性と先進性で、より豊かな生活を提案する
進化し続ける“こだわり”の専門店の集合体」の
真価を発揮します。



代表取締役社長
木村 一義

はじめに、新型コロナウイルス感染症に罹患された方、生活に影響を受けている皆様にお見舞い申し上げます。また、医療関係者や感染拡大防止に取組んでいる方々の、多大なるご尽力に心から感謝の意を表します。

社長就任にあたって

私は長く証券会社に勤めていたため、もともとは金融と資本市場が専門でした。縁あって2012年からビックカメラ取締役となり、2013年からコジマ会長兼社長を務め、そして今年9月から当社の社長に就任しています。よく「異業種なので大変ですね。」と聞かれますが、私自身は業種の違いによる経営の困難を感じたことはありません。金融でも小売でも経営の根幹は同じで、経営課題を特定し、すべきことをしっかりやることだと思っています。

また、変化の大きい時代においては、むしろ私のような門外漢の方が、過去の成功体験や手法とは違った視点や経験から物事に対処でき、変化に適応しやすいのではないかと感じます。

私の経営に対するスタンスは、投資家のみならず、すべてのステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、彼らの意見を取り入れ、自社の課題を洗い直していくことです。こうした活動により、当社グループが社会の中で事業を通じてShared Value（協創価値）を創出していきたいと思っています。

コロナ禍がもたらした新しい世界

2020年の年初以来拡大している新型コロナウイルス感染症は、世界金融危機をはじめ過去のどの環境変化と比較しても大きなインパクトをもたらしています。この状況の中、われわれが最優先しているのは、お客様と従業員の安全であり、感染防止を目的に衛生管理に全力を尽くしています。

一方で、われわれ家電量販店は、日常品を供給するという責務もあります。テレワーク等くらし自体が変化する中で、お客様のご不便にならぬよう、店舗の休業に関しても最小限にとどめる努力をし続けました。

業績面では、ビックカメラとコジマではっきりと明暗が分かれることとなりました。

都市型店舗のビックカメラは、テレワークによる都市部昼間人口の減少、また大型店での過密を避ける消費者動向、更には各国の渡航制限によるインバウンド需要の消滅により、来店客数において大きな痛手を被りました。前期は、電子棚札の全店導入を完遂し、対外的にも注目を集めましたが、店舗販売員の値札交換の労力を削減し、その分を接客時間の増加につなげる予定だったので、来店客数が少ない状況ではプラスの経済効果は限定的なものとなりました。

逆に郊外型店舗のコジマは、自宅近辺での消費需要の増加をとらえ、業績を伸ばしました。生活家電や健康家電、PC周辺機器の特需的な販売増もありましたが、コロナ禍により新しい生活様式への対応が求められる中、生活必需品を扱う当社グループへのニーズが不変であり、くらしに密着する店舗への期待を改めて確認しました。

私は、こうした明暗はむしろ当社グループの強みだと思っています。都市型／郊外型にはそれぞれ一長一短があり、両方の機能を備えていた当社グループだからこそ、今回の危機に対処できる地力があったととらえています。もちろんビックカメラのEC売上も前期比37%増と大きく伸びており、コロナ禍の追い風の面を享受しています。私は、不確実性の高い時代のキーワードは、「ハイブリッド志向」だと思います。都市と郊外、デジタルとアナログ、こうした相反する機能を両方持ってはじめて、厳しい外部環境の変化の中で生き残っていけるのです。

ビックカメラの経営改革―「凡事徹底」と「進取果敢」

さて、新社長としての私の最初のミッションは、ビックカメラの収益体質の改善です。これまでのビックカメラは、大型店舗の出店、システムや物流への積極投資、酒類等の非家電商品の販売、インバウンド需要の取り込みもねらい、他業種とのコラボレーションと積極的な事業拡大を続けてきました。今回のコロナ禍により事業環境が大きく変わり、これまでの積極的投資が収益を圧迫している面もあります。もちろんそれぞれの投資はすべて必要な戦略・テーマなのですが、戦略性・採算性の検証が甘くなっていたと考えます。コロナ禍をきっかけとして、収益性の抜本的見直しをしていきます。

経営改革にはまず「凡事徹底」が重要です。経費の削減などを含め、販管費等すべての費用を見直して、損益分岐点を抑制、筋肉質な組織に変えたいと考えています。そのために社長就任直後には、私一人の判断で、これまでの8本部制を「経営戦略」「事業推進」「経営管理」の3部門に集約し、この12月には現場重視・意思決定の迅速化をねらいとし、部・室の数も大幅に削減しました。これまでは仕入と販売が別の本部にあるなど、組織肥大の弊害があったと思います。経営は、Plan、Do、Checkがすべてです。この3つがしっかりと責任を持つ組織体制としました。

ビックカメラの店舗については、ニューノーマルの時代にあわせて、スクラップアンドビルドが必要だと思っています。かつてコジマの社長時代に、80店舗を閉鎖して企業再生を行いました。この厳しさをもって、ゼロベースで店舗網の見直しを行いたいと思います。一方、新規出店については戦略的に対応したいと考えています。

ECやシステムをはじめ投資に関しては、投資リターンの検証によって案件の選別をしっかり行っていきます。ROIC(投下資本利益率)経営を全社に浸透させることで、利益を生まない投資や事業拡大を抑制します。一方で、物流・設置工事は販売に直結する投資効果の大きい分野です。当社グループでは船橋センターの強化を継続的に実施していますが、当期よりマテハンや棚移動型ロボットの本格的な拡充を行っています。子会社エスケーサービスの配送設置エリア拡大もあわせ、ECの更なる成長によって、物流への投資リターンは拡大余地が大きいと感じています。

メーカー製品をただ売り続けるのでは他社との差別化が難しいと考えており、商品開発力まで当社グループが身につける必要があります。具体的には、プライベートブランド(PB)商品の大幅な品揃えの拡大を行っています。現在売上高に占めるPB商品の比率は、連結ベースで10.8%まで上昇しています。ニューノーマルによって、消費者のニーズが大きく変化している今こそ、消費者に最も近い小売業のわれわれが、生活家電の商品企画をリードすべきときだと考えます。

また、より便利で使い勝手の良いサービスをお客様に提供するとの観点から、PCのサービスサポートやスマホライフに「あんしん」をプラスするモバイル版月額コンテンツ「Bicon」にも取組んでいます。「Bicon」とは、スマホをご購入されるお客様に月々安価な料金でセキュリティやフィルタリング、クラウドバックアップサービスをご提供する当社の新しいサービスですが、このような月額課金型のサブスクリプションサービスにも意欲的に取組んでいきたいと思います。

これらの変革は、消費者ニーズを最もよく知るわれわれこそが「進取果敢」をスローガンに取組むべき課題だと考えています。



購買代理人としての強い自覚

ビックカメラだけでなく、当社グループ全体としての最大の課題は、われわれ自身の意識改革です。各メーカーの製品をお客様に推奨するだけでは、他社との差別化は難しく、どうしても価格競争から逃れることはできません。この状況を覆すには、「われわれはメーカーの販売代理人ではなく、消費者の購買代理人である」ことへの強い自覚が最初の一歩となります。購買代理人になるには、商品力と販売力を兼ね備える必要があります。商品力については、お客様目線にたった商品を提供するための目利き力を養い、販売力についてはお客様にとっての価値を訴求するコト軸で「場の力(店舗・EC)」と「人の力(販売員)」を掛け合わせ、プロダクトアウトではなくマーケットインの志向に立つことが重要です。

私は、ビックカメラグループをより際立った特長ある企業にしたいと思います。「くらしに密着する」コジマと、「専門性と先進性」のビックカメラ、この2つの購買代理人が今後のハイブリッドな当社グループの両輪となっていきます。



ガバナンス改革とESG

2020年11月の株主総会をもって、当社グループは監査等委員会設置会社へと移行しました。私は他社の社外取締役を務めていますが、その経験からいっても、今後の当社グループの発展には、コーポレート・ガバナンスの強化が不可欠と判断したからです。新体制のもと監査等委員を含む社外取締役の方々には、議決権をもって、より多様な視点で当社グループの経営の監督および提言をお願いしたいと考えています。

私にとって、ESGのSはステークホルダーのことです。「3つの大切な預かりもの=従業員・お客様・商品」というミッションを掲げ、これまで以上にステークホルダーを強く意識した経営を行ってまいります。

われわれの業態には蓄積された技術も特殊な生産設備もなく、人の価値がそのまま企業の価値に直結します。だからこそ3つの大切な預かりものとして、まずはじめに従業員を掲げ、その物心両面の満足度向上を最重視します。これからの時代は、会社だけに依存するのではなく、自らキャリアを考え、自身の専門性を磨いていく必要があります。そのためには、会社として働きたい場所・やりたい仕事につける機会と場を提供し、十分な処遇をするべきだと考えます。

今後、さまざまな消費者の嗜好をくみ取っていくには女性の視点が不可欠と考え、女性の視点で店舗の売り場づくりや販売プロモーションを行う組織として、2020年12月の組織再編で営業企画室に女性活躍推進担当を設けました。引き続き女性従業員が存分に活躍できるフィールドを整えていきたいと考えています。

ニューノーマルの時代において、「専門性と先進性で、より豊かな生活を提案する進化し続ける“こだわり”の専門店の集合体」という当社グループの企業理念を、「凡事徹底」と「進取果敢」の行動理念のもと目に見える形で実践し、社会に貢献し続けてまいります。

2020年12月

株式会社ビックカメラ
代表取締役社長

木村一義

事業戦略

ビックカメラグループは、「生産性向上戦略」と「成長戦略」を2大戦略に掲げ、「専門性と先進性で、より豊かな生活を提案する進化し続ける“こだわり”の専門店の集合体」を目指し、企業価値向上に努めています。

生産性向上戦略

営業利益の向上 損益分岐点の引き下げ	①部門間連携による商品政策・販売政策の立案と実行 ②顧客基盤の拡大 ③在庫水準の最適化(回転率向上)による財務体質強化 ④デジタル活用による各種業務の見直し(コスト削減)
業務改善・改革の推進 コスト・経費の見える化	①サプライチェーン再設計による業務効率化、機会損失低減 ②業務の抜本改善・改革(固定費の削減・変動費化)
人財育成※、組織活性化 SDGsへの取組み	①従業員満足度の向上、ダイバーシティの推進、健康促進 ②ジョブローテーションの活用、多様な教育研修の提供 ③ビジネス環境の変化を見据えた人財の確保 ④環境に配慮したビジネスの展開
リスク管理強化	①リスク管理委員会による内部統制強化、BCP推進

※ ビックカメラグループでは「人材」を重要な財産ととらえ、事業戦略では「人財」と表現しています。

成長戦略

顧客が求める「こだわりの専門店の追求」	①部門間連携によるマーケティングの実践(目利き) ②「伝わる」提案の徹底(アナログとデジタル：専門販売員による接客、体験・体感、動画、口コミ等の拡充) ③「ビックSUPERサービス」の更なる充実による顧客拡大 ④ニューノーマルにおける先進的な顧客ニーズ対応
成長領域への積極投資	①店舗のスクラップアンドビルドとEC事業の強化 ②リユース事業によるグループ内でのエコサイクルの確立 ③非家電事業、法人事業、住設事業 ④SPA事業、デジタル・コミュニケーション事業(5G・IoT領域、ストック・リカーリングビジネス)等の新規ビジネスの立ち上げ
成長戦略実現に向けた投資と効果の見える化	①各事業収益の可視化、事業計画の進捗状況のモニタリングと最適投資の実施
DX戦略推進 事業変革、ロジスティクス基盤の再構築	①システム基盤の改革・刷新(投資対効果の最大化) ②デジタル活用による店舗価値の再定義 ③新たなサプライチェーンを支える物流ネットワークの構築

特集

新型コロナウイルス感染症への対応



2020年の年初から拡大している新型コロナウイルス感染症への対応として、ビックカメラグループは、従業員とお客様の安全確保と感染症拡大防止を最優先に、店舗における感染症対策の徹底等、さまざまな取組みを行ってきました。

	国・自治体等	店舗の休業・営業時間等	感染症拡大防止対策等
1月～3月	・国：国内初の感染者を発表(1月16日) ・国：湖北省滞在歴のある外国人の入国拒否(2月1日) ・国：緊急対応策を公表(入国管理体制の強化等)(2月13日) ・国：感染症対策の基本方針を公表(風邪症状職員の休暇奨励・テレワーク推進・イベント感染防止対策等)(2月25日) ・国：全国の学校に臨時休校要請(2月27日) ・北海道：緊急事態宣言(道独自。週末の外出自粛等)(2月28日) ・国：緊急対応策第2弾を公表(休校による休暇助成等)(3月10日) ・WHO：パンデミック宣言(3月11日) ・東京都：緊急対応策を公表(3密を回避、テレワーク推進等)(3月12日) ・国：新型コロナ特措法成立(3月13日) ・東京都：週末外出自粛、平日は在宅勤務を要請(3月27日)	・ラゾーナ川崎店およびダイバーシティ東京プラザ店にて営業時間短縮を開始(2月29日) ・学校休業に伴う特別有給休暇を付与(3月23日) ・外出自粛要請を受けて11店舗を休業(3月28日～29日)	・帰省等で中国に滞在している従業員の安否を確認(1月28日) ・マスク着用、および手洗い・うがい・手指消毒の徹底(1月30日) ・「感染症予防ガイド」を策定(2月14日) ・出勤時の検温開始(2月19日) ・研修センターをサテライト本部化(2月28日) ・池袋本部：来館者全員の検温を開始(3月2日) ・調理家電コーナーでの試飲・試食を中止(3月3日) ・池袋本部：在宅・テレワーク勤務開始(3月3日) ・池袋本部：対面での商談休止(3月4日)
4月～6月	・国：7都道府県に緊急事態宣言が発令(4月7日) ・国：緊急事態宣言を全国に発令(4月16日) ・国：緊急事態宣言を5月31日まで延長(5月4日) ・国：39県で緊急事態宣言を解除(5月14日) ・国：大阪、兵庫、京都の緊急事態宣言を解除(5月21日) ・国：緊急事態宣言を全面解除(5月25日) ・東京都：休業要請を全面解除(6月19日)	・外出自粛要請を受けて16店舗を休業(4月4日～5日) ・緊急事態宣言を受けて16店舗を休業(4月8日～5月6日) ・株主優待券の使用期限を延長(4月13日) ・コロナ特別休暇(妊婦、基礎疾患、高齢者)を付与(4月21日) ・全店(休業、入居ビル都合を除く)4月25日から5月6日までの時短営業(11時～18時)決定(4月22日) ・時短営業の店舗の営業時間を見直し(5月9日～)	・安否確認訓練を実施(4月1日) ・全店でソーシャルディスタンスの取組みを強化(4月4日) ・退勤時の検温開始(4月6日) ・マスク着用の義務化(4月7日) ・従業員向けコロナ相談窓口を設置(4月13日) ・店舗でのお客様の検温を開始(4月23日) ・喫煙室の利用休止(4月23日) ・本部勤務者向けに「働き方の新しいスタイル」についてを通知(5月28日) ・大手家電流通協会ガイドラインをチェックリスト化し店舗に配信(6月3日)
7月～9月	・東京都：「感染拡大要警戒」呼びかけ(7月2日) ・東京都：酒類を提供する飲食店、カラオケ店に営業時間短縮要請(7月30日) ・東京都：感染拡大警戒レベルを3に1段階引き下げ(9月10日)	※2020年12月末時点、時短営業継続中	・一部店舗で店頭のAIサーマルカメラでの検温開始(7月3日) ・池袋西口店、板橋センターをサテライト本部化(7月20日) ・感染予防について通知(7月31日) ・感染予防について再通知(8月7日)

働き方の新しいスタイル



ビックカメラグループは、従業員に向けて「働き方の新しいスタイル」を共有し、「テレワークやローテーション勤務」「時差出勤および残業時間の削減」「商談、会議のオンライン化」「対面での打ち合わせ時の対策」に積極的に取組んでいます。

テレワークやローテーション勤務

① **在宅勤務の推進**
- モバイルVPNを活用した在宅勤務を実施

② **サテライト勤務の推進**
- 最寄り店舗や研修センター、物流センターを活用したサテライト勤務を実施

③ **本部への出勤率の調整**
- 従業員の間隔（1～2m）が確保できる出勤率への調整
- 各部署スペースの見直し、フリーアドレスの推進

時差出勤および残業時間の削減

① **シフトを活用した通勤時間の分散**
- 出勤時刻および曜日の偏りの見直し

② **朝礼やミーティング等の実施頻度の見直し**
- 池袋本部朝礼は当面中止

③ **ノー残業デーの実施、残業時間の削減**
- 毎週水曜日をノー残業デーに設定
- 最終退館時刻を設定

商談、会議のオンライン化

① 商談のオンライン化、対面商談の頻度削減

② 社内会議のオンライン化、頻度削減

③ 商談スペースの見直し

対面での打ち合わせ時の対策

① 室内の換気

② マスク着用の義務化

感染リスクを最小限化

ビックカメラグループは、店舗をはじめオフィスでの新型コロナウイルス感染症予防対策を実施しています。



従業員向けPOPを掲示

従業員の感染症予防を徹底するため、POPを掲示し注意喚起しています。



1日4回の検温を徹底

従業員は出勤前、出勤時、休憩後、退勤時の計4回の検温を徹底しています。また自分での検温を禁止し、第三者の確認を必須としています。



社長メッセージを配信

国・自治体等の動きを踏まえて、2020年4月8日、14日、20日の3回にわたり社長メッセージを配信しました。従業員に対して、緊急事態宣言等への対応について速やかに共有するとともに、特別休暇制度の創設を通知する等、新型コロナウイルス感染症拡大の中、不安を抱えながらもお客様の社会生活を維持するため勤務する従業員とのコミュニケーションを重視しました。





コロナ特別有給休暇を付与

ビックカメラは、従業員（社員、嘱託社員、パート・アルバイト）の感染リスクの低減や外出自粛要請等への対応として、休業日を設定し実施しています。休業日の給与の取り扱いに関しては、別途締結した労使協定に基づき、月給者については、休業による不就労分を控除せずに支給しました。日給者・時給者についても、雇用契約書の所定労働時間に応じた給与を支給しています。また、小学校休校等に伴う特別有給休暇の付与や結婚休暇の有効期限の延長等、従業員へのサポートを充実させています。

従業員向けメール相談窓口を設置

ビックカメラに勤務している方（自社派遣、取引先スタッフを含む）を対象に、新型コロナウイルス感染症に関連する事項について、働き方への不安や健康状態についての不安等、メールにて相談できる窓口を設置しています。



消毒液の設置

店舗入口、レジ付近、各種カウンター、オフィス入口等に消毒液を設置しています。





マスク着用の義務化、うがい・手洗いの励行

2020年4月より、全従業員のマスク着用を義務化し、うがい・手洗いの励行を実施しています。また、従業員に対しては、マスクを無料で支給しました。



会議室や休憩室等の利用制限

3密を避けるために、会議室や休憩室等の机にはパーティションを設ける等、利用を制限しています。



ソーシャルディスタンスの取組み

ご来店いただいたお客様の感染防止対策として、入店時の検温をはじめ各種シーン別のPOPを掲示する等、お客様同士の密度を下げるソーシャルディスタンスの取組みを強化しています。



レジお並び間隔をあける

入店時検温を実施



AIサーマルカメラを導入

各種シーン別POPを掲示して、感染症予防策を見える化







カードの読み込みをお客様ご自身に

接触感染防止の取組み

お客様に安心して店舗にご来店いただくために、接触感染防止に取組んでいます。



トレー上で金銭の受け渡し



店内を徹底的に消毒

新型コロナウイルス感染症予防のために、従業員が開店前、開店後をはじめ、お客様の手がふれる商品やカウンター等、随時店内の消毒を実施しています。

ビックポイント、株主優待券の有効期限を延長

店舗休業期間中にビックポイントの有効期限が到来したお客様に対しては、ビックポイントの有効期限の延長を個別に対応しました。また、株主優待として贈呈している「株主様お買物優待券」についても有効期限（2020年5月末日から同年8月末日へ）の延長を実施しました。

新型コロナウイルス感染症発生を想定したBCP対応訓練を実施

ビックカメラグループは、新型コロナウイルス感染症が株主総会や本部オフィスで発生したことを想定したBCP訓練を実施しました。グループ各社の社長をはじめ、管理者が担当部門の課題・問題点を洗い出し、第三者目線による新たな気づき、対策方法等を検討しました。



スポーツ・文化活動

ビックカメラスポーツ部は、ソフトボールと競歩を通じて、スポーツ・文化の発展に貢献しています。新型コロナウイルス感染症の環境の中で、選手たちがどのように取組んでいたか、インタビューを実施しました。



上野 由岐子 選手

ピッチングコーチ兼投手

2020年度 第53回日本リーグ優勝（2年連続4回目）

2020年度記録 【勝 敗】3勝2敗
【防御率】2.26

2020年の状況について

2020年3月に、日本リーグの開幕に向けて沖縄合宿を行っていましたが、新型コロナウイルス感染症拡大のため、合宿を早めに切り上げて、拠点である群馬県高崎市に戻ってきました。幸い外での競技のため、グラウンドの使用が許可され練習ができましたが、密にならないよう少人数で練習するよう心がけてきました。室内で行うトレーニングも、しっかり換気をし、3グループに分けて少人数での練習に取組みました。9月に開幕した日本リーグでは、2連覇を果たすことができ、また、チームから感染者を一人も出さずにシーズンを終えられたことは、本当に価値のあることだと思います。

考え方の変化について

まず、改めて今までの環境がどれだけ恵まれていたかを感じました。また、インターネットを通じて、色々なことに出会う機会ができ、今までにない刺激を受け、これまで知らなかった練習方法、ストレッチやトレーニング方法等、新しい引き出しをつくることができました。このような環境の中で、神様が今のままではダメなんだよ、何か変えないといけないんだよ、その何かを気づかせてくれるきっかけをくれたのではないかと思っています。

今後の抱負について

今年の夏に向けて、再度調整をし直します。皆さんの期待に応えるために、何をすべきなのか、何ができるのかをしっかり考え、自分自身の進化のために、トレーニングに取組んでいきたいと思います。



岡田 久美子 選手

競歩

2020年度 第103回日本陸上競技選手権大会
女子20km競歩 優勝（6連覇）

自己ベスト

20km	1時間27分41秒	【日本記録】2019年6月
10,000m	42分51秒82	【日本記録】2019年12月
5,000m	20分42秒25	【日本記録】2019年5月

2020年の状況について

2020年2月に出場した女子20km競歩で6連覇を果たせたことは大きな自信になりました。2020年は新型コロナウイルス感染症の感染拡大に世界が翻弄された年となり、私自身にとっても大きな影響がありましたが、この1年練習に取組んで課題をクリアしていくことで、より高い目標に近づいていくのではないかと、前向きにとらえるようにしました。これまでも大事な大会前に怪我をしてしまったことがありましたが、今回のコロナ禍においても、この経験があったからこそ次に活かせる、この経験を乗り越えられたからまたひとつ成長できるという考えで、練習に取組んでいます。

考え方の変化について

この1年は、改めて自分の弱い部分や体の調子、コントロールの仕方を、もう一度勉強する機会ができ、プラスに働いていると感じています。これまで、客観的な視点が足りておらず、体調を崩すこともありましたが、日々の体調をデータで管理し、脈拍、酸素飽和濃度、体温、睡眠時間等を分析しています。このようにデータを管理することで、新型コロナウイルス感染症の予防にもつながっていると思います。

今後の抱負について

今年は、自分自身の進化のため、トレーニングに取組んで大きな目標に向かって頑張りたいと思います。

環境

環境への取組み

ビックカメラグループは、お客様により豊かな生活を提案するエコ・ファースト企業として、循環型社会の実現に向けた取組みや事業活動を通じた環境負荷低減を積極的に推進しています。

エコ・ファーストの約束

ビックカメラは、日本の全企業に先駆けて、2008年に環境省「エコ・ファースト制度」の第1号認定を受け、2011年、2017年に更なる取組みの強化を内容とする「エコ・ファーストの約束」を更新し、積極的に取組んでいます。また、「エコ・ファーストの約束」で掲げた、循環型社会の実現に向けた取組みや事業活動を通じた環境負荷低減等を積極的に推進することで、SDGsの達成にも貢献しています。

エコ・ファーストの約束とSDGsの関係

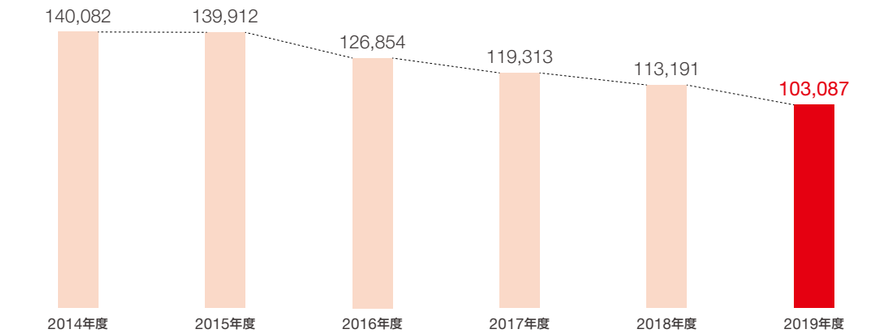
約束文	SDGs	SDGsとの関係
1.循環型社会の実現に向けた取組みを積極的に推進します。 ・紙製買物袋およびプラスチック製レジ袋について、薄肉化および商品にあわせた細かいサイズ調整を徹底し、容器包装の削減を推進します。 ・家電リサイクル券の適正な管理を徹底し、申請資格を有する全拠点で一般財団法人家電製品協会の「家電リサイクル券取扱優良店」認定を取得します。また、グループ会社における法定家電リサイクル事業を着実に進めます。 ・全店舗において引き続き使用済み携帯電話の回収を実施するとともに、グループ会社における携帯電話リサイクルの台数を増加させます。 ・小型家電の宅配回収リサイクルサービスの提供を通じて、小型家電リサイクル法に基づく適正回収に努め、資源リサイクルを通じて循環型社会の構築に貢献します。	11 住み続けられるまちづくりを 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を	・容器包装リサイクル法の遵守、年間使用量の削減等に取組む。**(目標12)** ・家電リサイクル法における適正処理を促すとともに、家電リサイクルプラントでの適正処理が実施されているかあわせて点検する。**(目標11)** ・小型家電リサイクル法に基づき、お客様から排出される小型家電の適正処理の一連の流れを認定事業者と連携して取組む。**(目標11)** ・小型家電の流れとは別に携帯電話(スマホを含む)の回収に協力し、店舗に回収BOXを設置し、適正処理に努め再資源化の一助を担っている。**(目標11、目標13)**

約束文	SDGs	SDGsとの関係
2.低炭素社会の形成促進のため、CO_2排出量削減を積極的に推進します。 ・環境配慮型の生活家電、空気清浄器、充電池等の「PB(プライベートブランド)商品」の共同開発および普及をメーカーと協力して推進します。 ・リフォーム等のお客様ニーズにお応えする体制を整え、家庭の省エネ効果を高める太陽光発電、エコキュート等の省エネ型住宅設備の普及促進に取組みます。 ・IoT、スマートメーター、HEMS等の最新テクノロジーを活用した省エネで快適なライフスタイルを提案し、体験機会の提供、普及拡大につなげていく目的で「先進的な取組みが実現できる企業コラボレーション」を実施します。 ・お客様への商品の受け渡しにおいて、当社ECサイトでご注文をいただいた商品を最寄りの店舗で受け取ることができる「ネットで注文、店舗で取り置き」のサービス利用を促進し、無駄な配送を抑制しCO_2の削減に努めていきます。 ・官民で取組む「できるだけ1回で受け取りませんか」のキャンペーンに協賛し、時間指定、場所指定の施策等を充実させ、当社グループの再配達率0を目指して取組みます。	7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 13 気候変動に具体的な対策を 17 パートナーシップで目標を達成しよう	・住設部門をグループをあげて事業化、太陽光発電機器、エコキュート、蓄電池、HEMS、二重窓等、電力消費を最小限にできるよう強化。**(目標7、目標9、目標13、目標17)** ・お客様の住環境の変化を促す新製品(スマートスピーカー、スマートメーター、HEMS、スマート家電等)が今後もますます発展普及することにより、家庭における電力の見える化、賢い利用(エネルギー等の無駄の排除)のイノベーションが促進されることで、家庭でのCO_2排出量の削減を進める。**(目標9、目標13)** ・「COOL CHOICE」における再配達の削減キャンペーンに協力するとともに、お客様に無駄な再配達とならぬよう、最寄りの店舗での受け取り、コンビニでの受け取り、宅配ロッカーでの受け取りができるよう取組む。**(目標9、目標17)**

約束文	SDGs	SDGsとの関係
3.環境に配慮した事業活動を通じてCO_2排出量削減を積極的に推進します。 ・「パリ協定」で批准した国内の温室効果ガスの排出量を2030年までに2013年度比で26%削減する国の目標達成に向け、家電販売店として省エネ性能の高い「統一省エネラベル」で5つ星の製品の販売に積極的に取組み、対前年度比115%以上を目標に活動していきます。 ・環境配慮型の店づくり(事務所を含む)を積極的に進め、CO_2削減を実現させてCO_2排出量を原単位でビックカメラグループで削減を遂行していきます。	12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を	・環境配慮型店舗を目指し、館内照明のLED化、省エネ効率が高く、環境に配慮した空調を配し、CO_2排出量の削減を目指し取組む。**(目標13)** ・省エネ性能の高い5つ星の製品の普及促進に努め、民生部門でのCO_2排出量の削減に寄与。**(目標13)** ・店舗における事業活動を通じて、当社グループ企業の持つ特徴(家電リサイクル、買取リユース等)を紹介する展開をあらゆるチャネルを通じて実施し、啓発活動を自然な形で実現。**(目標12)**

約束文	SDGs	SDGsとの関係
4.環境教育、環境意識の向上に努めます。 ・小中学生を含むお客様を対象に「ビックカメラ・エコツアー」を実施し、「ビックカメラ・エコサロン」でのレクチャーおよびグループ会社のリユース・リサイクル施設の見学会等を通じ、環境教育を実践していきます。 ・当社の店舗やECサイトでご購入いただいた製品の省エネ性能が十分に発揮できるように製品の上手な使い方を店内ポスター、小冊子、「COOL CHOICE」「しんきゅうさん」、HP等を用いて情報発信し、お客様への啓発に努めます。	4 質の高い教育をみんなに 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を	・ビックカメラ・エコツアーにて、小中学生を中心にリサイクル工場を見学、リサイクル体験のイベントを実施。**(目標4、目標12、目標13)** ・店舗において省エネ、リサイクル、リユースを促進させるPOP、館内放送にて啓発する展開を実施。**(目標12、目標13)**

当社グループ3社(ビックカメラ・コジマ・ソフマップ)のCO_2排出量の推移 (単位:t-CO_2)



報告期間(2019年度=2019年4月1日～2020年3月31日)

小型充電式電池リサイクル

ビックカメラグループは、一般社団法人JBRC主催の「小型充電式電池リサイクルパワーアップキャンペーン」に参画し、小型充電式電池の回収活動に積極的に取組んでいます。本キャンペーンはJBRCがデジタルカメラ、ノートパソコン等の小型電子機器および電動アシスト自転車等に使用されている小型充電式電池（ニカド電池、ニッケル水素電池、リチウムイオン電池）に含まれる希少な金属資源のリサイクル推進のため、リサイクル協力店約21,000店を対象としたキャンペーンです。ビックカメラグループは2019年からスタートしたキャンペーン期間中（2019年4月～2020年3月）に、20,416kg、単3形充電池で約76万本相当数（1本27g換算）を回収しました。積極的な回収の取組みが評価され、JBRCから6年連続で「優秀貢献企業」として感謝状をいただいています。



小型充電式電池の回収活動は、日本の大きな政策課題となっている希少金属資源リサイクルの一翼を担っており、これからも限りある資源を有効活用するため、今後も「エコ・ファースト企業」として循環型社会の形成にグループをあげて取組んでいきます。

店舗・物流における取組み

ビックカメラグループは、店舗や物流拠点等を通じて、循環型社会の実現や環境負荷低減に貢献する取組みを推進しています。

バイオマスプラ25を採用

ビックカメラグループは、容器包装リサイクル法、省令の改正に伴い、2020年7月よりプラスチック製レジ袋の配布を取り止め、植物由来のプラスチック製レジ袋（バイオマスプラ25）を採用しています。本採用により、プラスチック製品の削減や海洋プラスチックごみ問題、資源抑制に貢献したいと考えています。





三辺可変自動包装システムを導入

ビックカメラグループは、自動で商品サイズを測定し、最適寸法の段ボールケースを作成する三辺可変自動包装システムの導入を進めています。この三辺可変自動包装システムは、ケースが自動で可変するため、資材を統一することで「資材管理の簡素化」を実現するとともに、ケースに余剰な空間がなくなることで「輸送空間の削減」にもつながります。また、幅広い商品を自動で包装できるため、人件費の削減や配送費の削減も期待されます。加えて、素材変更や梱包方法の変更により緩衝材（プラスチックフィルム）の使用率削減にも努めています。

三辺可変自動包装システム



グループ会社の取組み

株式会社ソフマップの取組み

ビックカメラのグループ会社である株式会社ソフマップは、リユースおよびリサイクルを通じて環境循環型社会の実現に取組んでいます。1984年より中古パソコンの販売を手がけ、買取価格の徹底調査、専門スタッフによる査定、ハードディスクに残った個人情報の完全消去等、長年の経験に基づいた買取のノウハウを培ってきました。また、買取商品を新しいお客様に提供するための品質マネジメントシステムを確立し、返品保証や使い方サポート等のサービスも提供しています。品質管理、商品化手法、生産性向上、アフターサービスに取組むことで、高品質な中古品をより早く、より安くお届けできるように取組んでいます。今後も、お客様が安心して商品を売買できる仕組みづくりに力を入れていきます。

また、2020年11月には、一般社団法人リユースモバイル・ジャパンが認定する「リユースモバイル事業者認証制度※」の第1号認証事業者として認定されました。これまで、一般社団法人情報機器リユース・リサイクル協会の認定を得たウルトラエックス社製のツールを使い、ご要望に応じて「データ消去証明書」（有料）を発行する等の、完全なデータ消去への取組みや、クリーニング、再セットアップ等、最大68の工程を含んだ整備等、徹底したリユース商品の安全性・品質向上に努めてきたことが認定につながりました。

RMj 認証
リユースモバイル事業者
認証番号 200201（1）

※ リユースモバイル事業者認証制度とは、一般社団法人リユースモバイル・ジャパンの規定する「リユースモバイルガイドライン」の基準をクリアした事業者に対し、その事業者がリユースモバイル通信端末市場の健全な発展に貢献し、消費者保護の目線から安心かつ安全な流通を行うものであることを認定する制度です。

グループ会社の取組み

株式会社フューチャー・エコロジーの取組み

ビックカメラのグループ会社である株式会社フューチャー・エコロジーは、家電リサイクル法における指定リサイクルプラントとしてのエアコン・テレビのリサイクル、自治体および企業から排出されるOA機器のリサイクルとで地球にやさしい資源循環型社会の形成の一翼を担っています。

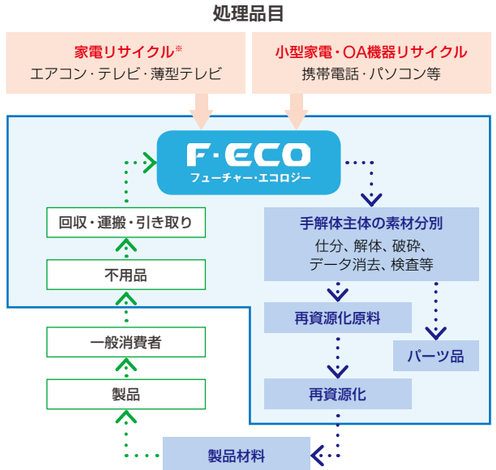
廃家電の再商品化実施状況

（2019年4月1日～2020年3月31日）

	テレビ（ブラウン管）	テレビ（液晶・プラズマ）	エアコン（80%以上）
再商品化率	76%	90%	94%
再資源化率	99%	96%	95%

※ 家電リサイクル法の再商品化率法定値
テレビ（ブラウン管）：55%以上　テレビ（液晶・プラズマ）：74%以上
エアコン（80%以上）：80%以上

リサイクルフロー



※家電リサイクルについては、100%マテリアルリサイクル処理を実施

社会

従業員への取組み

ビックカメラグループは、従業員の子育てサポートやワーク・ライフ・バランス支援等の各施策を連携して実施することで、従業員一人ひとりが個々の能力を発揮しながらいきいきと働き続けられる会社を目指し、ダイバーシティ経営を推進しています。

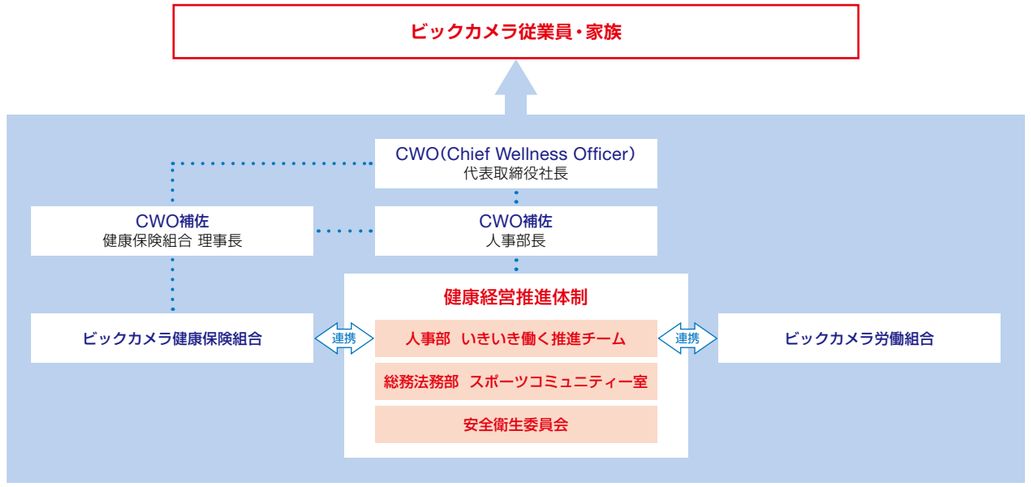
健康経営宣言

社会の公器として、企業には持続的に成長し、ステークホルダーに貢献するミッションがあります。ビックカメラは、その一番の原動力は従業員の物心両面の満足度向上にあると考えています。その満足度の不可欠なベースは「健康」であり、そのサポートは会社の当然の責任であり、また、重要な経営課題であります。本実現に向けて「健康経営宣言」を制定し、「お客様に最高の満足とサービスを提供する」ために、従業員および従業員のご家族の心身の健康がその基盤だと考え、従業員が能力を発揮しながらいきいきと働き続けられる会社づくりを目指します。

推進体制

代表取締役社長がCWO(チーフ・ウェルネス・オフィサー)となり、人事部長と健康保険組合理事長をCWO補佐に任命し健康への取組みを推進していきます。人事部内に新設した「いきいき働く推進チーム」とスポーツコミュニティー室、安全衛生委員会が健康保険組合・労働組合と連携を図りながら、健康課題の改善に向けた活動計画を策定し、従業員とそのご家族の健康増進を実現していきます。

推進体制図



2年連続「ホワイト500」に認定

ビックカメラは、経済産業省が進める「健康経営優良法人認定制度」において、「健康経営優良法人2020(大規模法人部門)」認定と同時に、認定企業の上位500法人に与えられる「ホワイト500」にも認定されました。

2020 健康経営優良法人 Health and productivity ホワイト500

取組み

啓発活動 従業員の健康維持促進のため、「いきいきNews」の季節ごとの配信やスポーツイベント等を開催。 産業保健師による研修や管理職向けの勉強会の実施。 グループ会社への健康に関する情報提供。	**禁煙** 禁煙促進ポスターを喫煙所に掲出、事業所内の禁煙に向けた禁煙計画を作成。「世界禁煙デー」や「禁煙の日」にワンデー禁煙を実施。従業員の喫煙率が1%減少。	**食事、休憩環境の改善** 食堂メニューの改善、休憩室の改善(内装、リラクゼーションチェア、仮眠室の導入等)、健康に資する要素を含む栄養バランスの取れた食事であるスマートミールの仕出し弁当を一部導入。
健康関係商品の会社支援による利用促進 健康家電(ウェアラブル端末、歩数計、体組成計、血圧計、低周波治療器、オーラルケア商品等)、調理家電(スチームオーブンレンジ、ジューサーミキサー等)、寝具、フィットネス・スポーツ用品、くすり、サプリメント等を販売。	**健康診断、ストレスチェック** (株)FiNC Technologiesが提供するFiNCウェルネスサーベイにて、ストレスチェックだけでなくエンゲージメントの状態も可視化し把握。	**社内外への健康活動支援** ソフトボール、陸上競歩の選手を雇用し活動の支援。スポーツコミュニティー室を活用した従業員のスポーツ活動支援、スポーツイベントへの参加。 選手達による運動動画の一般配信や一般向けソフトボール教室の開催。 ドラッグ事業室を活用した薬剤師による一般向け登録販売者受験対策セミナーの開催。
健康に関するアプリ、サービスの導入 (株)FiNC Technologiesが提供するヘルスリテラシー向上のためのeラーニングやアプリを使ったウォーキングイベントの実施や健康保険組合による過去の健診結果・医療費の通知サービスの導入。	**健康保険組合との共同保健事業** 定例会の開催・意見交換・保険・健康診断所見者へ通知を徹底。特定保健指導対象者の面接誘導(受診率向上)イベントの企画・実施。	**保険** 万一病気や怪我で働けなくなった場合に収入を補償する団体長期障害所得補償保険(GLTD)制度を2016年から導入。

取組みの現状

健康経営の実践にあたり、以下の項目を掲げ、改善活動を実践しています。

項目	実績	
	2018年9月～2019年8月	2019年9月～2020年8月
定期健康診断受診率	95%	97%
ストレスチェック受検率	88%	93%
プレゼンティーズムロス※	25%	24%
喫煙率	26%	25%

※出勤はしているが、健康上の問題で労働に支障をきたし、最善の業務ができなくなる状態のこと

グループ会社の取組み

コジマ「健康経営優良法人」に認定

コジマは、地域の皆様から最も身近に親しまれ、必要とされるためには、大切な従業員と従業員のご家族の心身の健康がその基盤と考え、従業員の個々のパフォーマンスを最大限発揮できる会社づくりを目指しています。これらを支えるコジマ独自の取組みとして、健康増進・メンタルヘルス対策を目的としたワークショップを実施する等、健康かつ良好なワーク・ライフ・スタイル実現に向けた活動を行ってきました。あわせて、ビックカメラと共同し、健康の維持・増進に資する商品の会社支援による販売、スポーツ活動に関する専門の社内組織の活用や、ITを活用した健康管理サポートを行っています。直近では、産業保健師の採用に伴う相談や情報発信、禁煙促進イベントの定期実施等に取組んでいます。このような取組みが評価され、「健康経営優良法人2020(大規模法人部門)」に認定されました。

2020 健康経営優良法人 Health and productivity

ワーク・ライフ・バランス支援の推進

ビックカメラグループでは、すべての従業員がその能力を発揮できるような雇用環境の整備を行うとともに、地域に貢献する企業となるため、次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画を策定し取組みを推進しています。

子育て支援のための都市型保育園「Bic Kids」

ビックカメラは、年中無休、10時から21時まで営業している店舗が多く、従業員が利用しやすい保育園が必要であるとの認識から、豊島区池袋に都市型保育園「Bic Kids」を2017年に開園しました。21時まで開園し夕食も出るため、ラッシュを避けた時間帯での送り迎えが可能で、年中無休のため、他の保育園が開園していない日にも預けることも可能です。また、保育園不足の地域にも貢献するため、地域の方も入園できる保育園としています。



都市型保育園「Bic Kids」

「プラチナくるみん」認定を取得

ビックカメラは、次世代育成支援対策推進法に基づく「基準適合一般事業主」として認定を受け、2018年に「プラチナくるみん」の認定を取得しました。育児休業を取得した男性従業員がいる点や、出産や育児目的の休暇を取得した男性従業員が多い点が高く評価されたことに加え、子育て世代の従業員が育児期においても安心して仕事に取組み、十分に能力を発揮できる環境の整備を推進していること等、積極的な取組みが評価されました。

主な子育て支援活動

- 育児中の従業員がより働きやすい環境をつくるため、柔軟な短時間勤務制度の導入
- 時間外労働の削減（6時間、8時間、10時間勤務シフトを30分単位で運用し、繁閑にあわせた人員の配置）
- 年次有給休暇の取得促進（計画有給休暇制度、半日単位の年次有給休暇制度を導入）
- 育児休業中の従業員を対象とした復職支援セミナーや復職の前には復職面談を実施

人材育成の取組み

ビックカメラグループは、「働きたい場所・やりたい仕事につける機会と場を提供する」を人材育成の基本方針として、各階層に求められる明確な人材像を示し、さまざまな研修、勉強会を導入しています。役職別に受講する「階層別研修」、次期幹部生の育成プログラム「選抜型研修」や専門知識、接客力強化研修等を行っています。2020年は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、オンライン研修を通じて従業員研修を実施しています。


オンライン研修の様子

また、従業員が「働きたい場所でやりたい仕事に取組む」ことを実現し、キャリアアップを目指しながら、就業満足度を高めることを目的として「ポストチャレンジ制度」を運用しています。更に、従業員が仕事への適応感や満足度、会社に伝えたいこと等を、社内イントラを用いて申告し、それを会社が収集して施策を実施することを目的とした「自己申告制度」も運用しています。

女性活躍の推進

ビックカメラグループでは、女性が活躍できる雇用環境の整備を行うため、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」（通称、女性活躍推進法）に基づく行動計画を策定し、女性のためのキャリア形成セミナーや復職支援セミナーの開催等の取組みを推進しています。

女性の復職をサポート

ビックカメラグループでは、女性従業員がスムーズに復職できるようにサポート体制を構築しています。復職支援セミナーでは、育児休業中のメンバーたちが情報共有を行ったり、先輩ママ社員の体験談や相談コーナーを設け、復職に関する不安を解消しています。復職面談では、本部の人事とは別に店舗付きの人事担当が、個別面談を行い不安を取り除くとともに、店舗との共通意識を持ち、一人ひとりの事情を考慮して最適な職場環境を提供できるよう対応しています。


復職支援セミナー

女性活躍推進担当を設置

ビックカメラグループは、さまざまな消費者の嗜好をくみ取っていくには、女性の視点が不可欠と考え、女性視点での店舗の売り場づくりや販売プロモーションを行う組織として、2020年12月の組織再編で営業企画室に、女性活躍推進担当を設けています。チーム立ち上げから日は浅いものの、多様な視点でさまざまな課題に意欲的に取組んでいます。


女性活躍推進担当打ち合わせの様子

各種制度の周知と情報発信

ビックカメラグループは、育児や介護にまつわる制度、従業員持株制度や企業型確定拠出年金制度、その他福利厚生等、豊かな生活につながる各種制度を充実させています。こうした各種制度を従業員が、スムーズに利用できるよう育児支援等、各種制度をまとめた社内向け冊子「ダイバーシティハンドブック」や、育児休業を取得した男性従業員の好事例等をニュース形式で配信する「ダイバーシティNews」を発行し、各種制度の周知と情報発信を行っています。性別や年齢、雇用形態、ライフスタイルや働く環境等が多様化している中、各種制度を知ることは、お互いの多様性を尊重し活かしていく働きやすい環境の風土醸成にもつながっています。



各種制度をまとめた社内向け冊子「ダイバーシティハンドブック」





ニュース形式で配信する「ダイバーシティNews」

社会

お客様への取組み

ビックカメラグループは、「お客様第一主義」のもと、お客様の身近なアドバイザーになりたいという考えから、コミュニケーションを大切にしてさまざまな活動を推進しています。

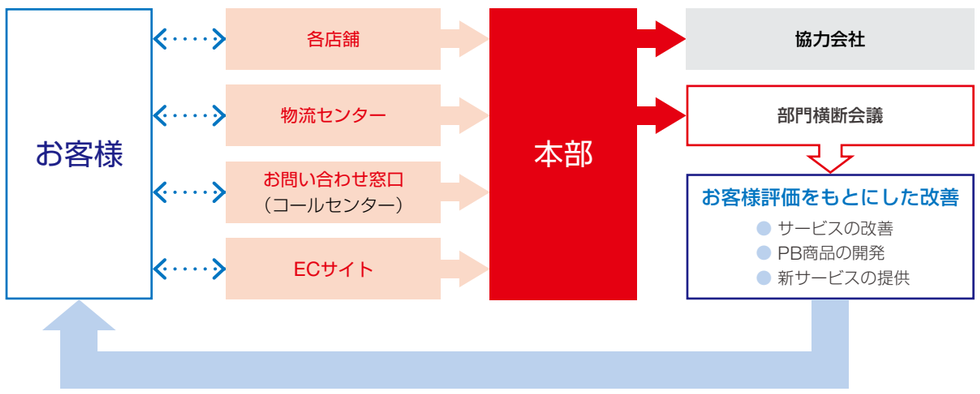
お客様満足度向上の取組み

ビックカメラグループは、お客様満足度に関する評価やVOC(お客様の声)を、レシートの裏に印字したQRコード型のアンケートをはじめ物流センター、お問い合わせ窓口、ECサイト等を通じて収集しています。また、設置・工事の際にお伺いした担当者がアンケートはがきをお渡しする等、積極的にお客様とのコミュニケーションを図っています。

店舗購入のお客様から収集したアンケートでは、接客した販売員や会計したレジ担当者ごとに満足度を集計し、従業員一人ひとりがお客様からどのように評価されたかが分かるようにしており、日々の接客力向上に役立てています。また、アンケート結果を店舗単位で月に1回集計し、満足度の評価や店舗に対する改善要望事項をフィードバックして各店舗が改善活動に取組んでいます。更に人事部が、店舗店長および店舗人事担当者、営業部に対して、アンケート結果を分析しアドバイスポイント等をまとめたレポートを配信するとともに、店舗に直接訪問し、アンケート数値に対しての改善行動アドバイスを行っています。ECサイトや設置・工事のお客様からのアンケートに関しても、月に1回集計し、ECサイトの操作性やサポート体制の改善につなげるとともに、協力会社にもフィードバックする等、より良いサービスの実現に努めています。

また、役員や各部署のお問い合わせ窓口(コールセンター)、物流、修理等のサービス部門の責任者が集まる「部門横断会議」を3ヵ月に一度開催しています。お客様満足度に関する現状の把握やサービス改善に向けた各部門の取組み事例の共有を図ることで、部門間をまたぐ改善の実務的な調整を行っています。

一方で、「改善施策の実施に時間がかかる」「改善策が当該部門に関することに限定される傾向にある」「改善活動の長期的なPDCAが確実にまわせていない」等、課題面も認識しています。社内に点在していたコールセンターの統合を進めるとともに、各種サービス部門との連携を強化し、全社横断的な改善活動を進めていきます。また、コールセンターへの音声認識ソフトの導入やテキストマイニングシステムの活用範囲の拡大による幅広いVOCの収集や、AIをはじめとした新しいテクノロジーの導入により、分析精度をあげながら改善活動のスピードアップを図っていきます。また、VOCの活用領域をサービス改善のみにとどめるのではなく、PB(プライベートブランド)商品の開発や新サービスの提供等に広げていくことで、購買代理人としてお客様目線にたった商品・サービスの一層の充実に努めていきます。



製品安全の取組み

ビックカメラグループでは、お客様に安全な製品を提供し、利用いただくために、お客様とのコミュニケーション、製品安全に関する専門知識と能力を持つ人材の育成、製品仕入先との連携、行政との連携を大切にして取組みを推進しています。

NITEと「製品安全活動の協力に関する協定」を締結

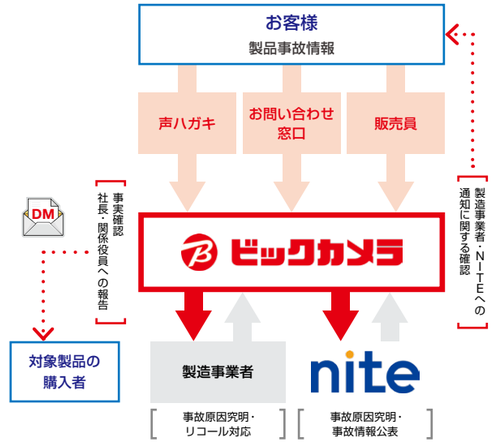
ビックカメラは、お客様への製品安全情報のより的確な提供および仕入先を含む製品安全体制の整備に向けて、2010年より製品安全に関する豊富な技術的知見および活動実績を有する独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)と、個別民間企業では国内初となる協力協定を締結しています。ビックカメラが得た修理受付情報をNITEに提供し、NITEは自ら保有する事故情報データベースと照合することで製品事故発生リスク等を抽出、NITEはビックカメラに対してリコール情報や誤使用防止のための注意喚起情報等を提供することで、相乗効果による効果的な製品安全活動に取組んでいます。

NITEとの協力協定の内容

① 製品事故情報等に関する協力
② 製品安全への取組み体制強化に向けた協力
③ 啓発活動に関する協力
④ 人材育成等に関する協力
⑤ 成果の共有

「お客様の声」を社内・取引先にフィードバック

ビックカメラでは、お客様との製品安全に関するコミュニケーションを心がけています。店頭での販売員による商品の正しい使い方の案内のほか、本部に専用の電話回線等を有する製品安全窓口を設置し、製品安全に関するさまざまなご相談にお応えしています。また、全販売員対象の教育、階層別の教育を繰り返し実施するとともに、家電製品アドバイザーや自転車整備士等の製品安全活動に寄与する資格取得を促進し、製品の仕組み、使用方法を熟知した人材の育成に努めています。



グループ会社の取組み

株式会社コジマ:シニアマーケットへの対応と地域密着サービスの強化

「くらし応援」コジマ※は、シニアマーケットへの対応と地域密着サービスの強化を図るため、パソコンやスマートフォン等のデジタル家電の相談やアフターサービスを提供する「サービスサポートカウンター」と、従業員が直接お客様宅を訪問して困りごとを解決する「コジマくらし応援便」の連携を強化することで、相乗効果の創出に取組み、65歳以上のお客様を対象とするポイントカード「アクティブ65倶楽部」の付加価値向上を図っています。「アクティブ65倶楽部」は、お買上商品のリコール情報の提供や免許返納等で「自宅まで持ち帰りが大変」といった声にお応えする等、お客様に役立つサービスを実施しています。

※「くらし応援」コジマ
コジマはお客様のくらしを「より快適に」「より便利に」「より楽しく」することを目指し、くらし応援企業として、お客様に最高のサービスを提供することで社会に貢献します。



社会

社会への取組み

ビックカメラグループは、地域社会とのつながりが大切であると考え、社会に貢献するさまざまな活動に取組んでいます。

ビックカメラ・エコツアー

ビックカメラグループは2011年より、夏休みにご家族でお楽しみいただける体験型の企画「ビックカメラ・エコツアー」を毎年1回開催しています。2013年からは、日本航空株式会社(JAL)とコラボレーションし、共同企画として実施しています。2020年の開催については、新型コロナウイルス感染症の影響によりイベントを中止しました。

2019年の実施の様子



「家電リサイクル工場見学」



JALパイロットによる「そらエコ教室」
(2019年8月撮影)

スポーツ・文化活動

ビックカメラグループは、2014年に企業スポーツ部であるビックカメラ陸上部、2015年にビックカメラ女子ソフトボール高崎を創部し活動を行っています。ビックカメラ陸上部には、20km競歩、10,000m競歩、5,000m競歩の日本記録保持者である岡田久美子が在籍、2020年度リーグ優勝(2連覇)を果たしたビックカメラ女子ソフトボール高崎は、日本女子ソフトボールリーグ機構に参加し活動しています。

ビックカメラスポーツ部では、スポーツ教室の開催や講演会に参加する等、地域との交流を積極的に行っています。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響がありましたが、陸上部では、9月にアリオ上尾で行われたトークイベントに出演し、競歩の魅力や自身の体調管理、ルール紹介とともにデモンストレーションを披露しました。

また、ソフトボール部では、11月～12月に計4回、295人の生徒に向けてソフトボール教室を開催しました。こうした取組みが評価され、東京都より「東京都スポーツ推進企業※」として認定されました。

※2015年から東京都が、従業員のスポーツ活動の促進に向けて優れた取組みや、スポーツ分野における支援を実施している企業を認定する制度





講演会の様子





スポーツ教室の様子

公益財団法人ビックカメラ奨学金財団

「公益財団法人ビックカメラ奨学金財団」は、児童養護を卒園する子供を対象に、生活基盤が整い自立できるまで住居を無償で提供するとともに、奨学金制度を設立し進学希望者に勉学の機会を与え、将来の夢や目標を達成して社会に貢献できる社会人になれるよう、将来のある子供たちへの支援をしています。

自立支援宿舎事業(松柏荘)　2019年度利用者:3名

児童養護等を卒園後に一人暮らしをする人で、家庭の問題で保護者のもとに戻れない人や経済的理由等で生活基盤が整っていない人に対し無償で宿舎を提供します。松柏荘では最長6年間、無償でワンルームタイプの居室を提供するとともに、自立(自律)できるように生活相談や就職等の相談を行い、社会に貢献できる社会人になれるように支援するものです。

- 宿舎の無償提供
- 新規入居者に対し生活家電等必需品の支給
- 入居者の生活相談および就職相談等

奨学金事業　2019年度給付奨学金利用者:5名(2016年度から継続給付　11名)

児童養護等に在籍している人で、進学を希望しているが、保護者等の経済的支援を受けられない人に対し、入学から卒業までの間、奨学金を支給します(返済の義務はありません)。また、奨学金給付の対象者で、学費等の不足分を手当てできない人に対し、一定額を無利子で貸与します。

- 奨学金の給付
- 奨学金の貸与(当財団の奨学生で学費の不足分を補う場合)

児童養護等支援事業　2019年度催事開催費用支援金:10件　2019年度研究会参加費用支援金:6件

- 児童養護等において、各種イベント等(サマーキャンプやクリスマス会等)の開催費用を補助します。
- 養護等に従事する職員の資質向上に向けた研修会等の参加費用を補助します。
- 当法人の所有物件を児童養護用のグループホームとして貸与します。

BCP活動

ビックカメラグループは、大規模災害発災時に、「お客様・従業員の人命を最優先にする」ことを前提に、ライフラインの復旧状況を確認しながら、お客様のご要望に応え、商品・サービスを提供することを目的に、「災害対応 大方針」を定め、定期的な訓練を実施しています。

また、サイバー攻撃によりシステムが甚大な被害を受けた場合に、「業務の継続(代替運用)を最優先する」ことを前提に、原因特定とシステムへの影響範囲の確認をしたのち、システム復旧を迅速に行うことを目的に、「サイバー攻撃における方針(暫定)」を定め、サイバー攻撃による業務停止の際の、事業継続手順の構築を進めています。本部や店舗の建物・設備の物理的な損傷を伴わず、通常どおりの従業員の出勤状況下で、サイバー情報システムの全面的な障害発生に伴う業務停止を想定し、ITサービス特化型BCPの構築を図ります。



初動訓練時の様子

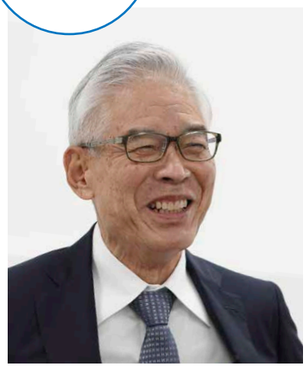
BCP訓練は毎年2回実施しており、2020年は2月と9月に実施しました。

災害対応 大方針

自然災害等により甚大な被害を受けた場合は「お客様・従業員の人命を最優先にする」前提で、ライフラインの復旧の状況を確認しながら、お客様のご要望に応え、商品・サービスを提供する。

コーポレート・ガバナンス

社外取締役メッセージ



佐藤 正昭

社外取締役
指名委員会議長
報酬委員会議長

プロフィール

2002年 4月 株式会社みずほ銀行 取締役副頭取
2003年 7月 日本橋興業株式会社顧問
2004年 3月 昭栄株式会社（現ヒューリック株式会社）取締役
2004年 6月 株式会社ニチレイ監査役
2005年 3月 昭栄株式会社（現ヒューリック株式会社）取締役会長
2010年 3月 同社相談役
2010年11月 当社取締役（現任）
2016年 6月 株式会社TOKAIホールディングス顧問（現任）

選任理由

経営者として豊かな経験と見識を有しておられ、その幅広い見地から当社経営に対する的確な助言と独立した立場からの監督機能の発揮により、社外取締役としての職務を適切に遂行いただけるものと判断しています。

当社は、独立役員として、東京証券取引所の属性の判断に則り、一般株主と利益相反の生じる恐れがないと判断し、東京証券取引所の有価証券上場規程第436条の2に定める独立役員として指定しています。

社外取締役の役割

私が社外取締役として常に心がけているのは、「すべてのステークホルダーに目配りすること」「取締役会が内向きの論理に陥らないように外からの風になること」です。そして、最も重要な役割は、「特定の立場に立たず、客観的立場で、取締役会が行う意思決定の妥当性を確認すること」であると考えています。事実認識について検討すべきと考えられることが、必要十分に検討されているか、別の可能性はないか、リスクは網羅的に検証されているかということです。

そしてその判断の内容に著しく不合理な点がないかということです。

社外取締役に期待されているもうひとつの役割を付け加えるとすると、理想を言えばということですが、社会的課題をビジネスに結びつけるヒントを提示するなどビックカメラグループの成長・発展に役立つ助言をすることです。簡単なことではありませんが、世の中の変化を注意深くみて、そうできるよう努力を続けなければと思っています。

取締役会・委員会についての評価・課題

取締役会

ビックカメラの取締役会は、社外役員の積極的な発言、執行部の丁寧な応答と実効性のレベルは、私の経験から申し上げれば相対的に高いものと考えています。今後は問題点や困難を検討する場、中長期の経営課題を検討する場としてのウェイトを高めていければと考えています。

指名委員会・報酬委員会

私が議長を務めている両委員会は、任意の諮問委員会でありますが、社外取締役が過半数を占めています。また、取締役会は委員会の答申を最大限尊重して意思決定を行うこととされています。信頼性・透明性の高い経営を確保していくための「備え」はできていると考えています。また、持続的な成長を続けていくためには、優秀な経営人材を確保し続ける必要があります。サクセッションプランについては、ブラッシュアップを重ねていきたいと考えています。

監査等委員会設置会社／ガバナンス体制の変化

ビックカメラは2020年11月の株主総会をもって監査等委員会設置会社に移行しました。移行に伴い社外取締役が3分の1以上となり、女性取締役が2名就任しました。これまで以上に取締役会に多様性に富んだ外部の知見が反映されることになり、コーポレート・ガバナンス体制は一段と強化されるものと考えています。また、「重要な業務執行の決定」を取締役に委任することが可能となりますので、意思決定の迅速化を図ることも可能となると考えています。

人を大切にする経営の実現

木村社長は就任にあたって、従業員の物心両面の満足度向上をコミットしています。やりがいのある仕事と満足できる処遇にコミットしたことだと思います。人材こそが中長期的な企業価値向上の源泉です。中長期的な企業価値向上があってはじめて、お客様、お取引先、社会そして株主の皆様の期待に応えることができるようになるのは論を俟たないところです。私は、人を大切にする経営の実現に少しでもお役に立てればと思います。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループは、企業価値の向上に努めることで各ステークホルダーの利益を最大限高めるため、コンプライアンスの徹底を基礎に、社内の各部門が生産性の高い効率的な業務活動に邁進できるよう、管理体制および監査体制を整え、経営の透明性を高め、迅速な意思決定ができる組織体を整備することがコーポレート・ガバナンスの基本であると考えています。

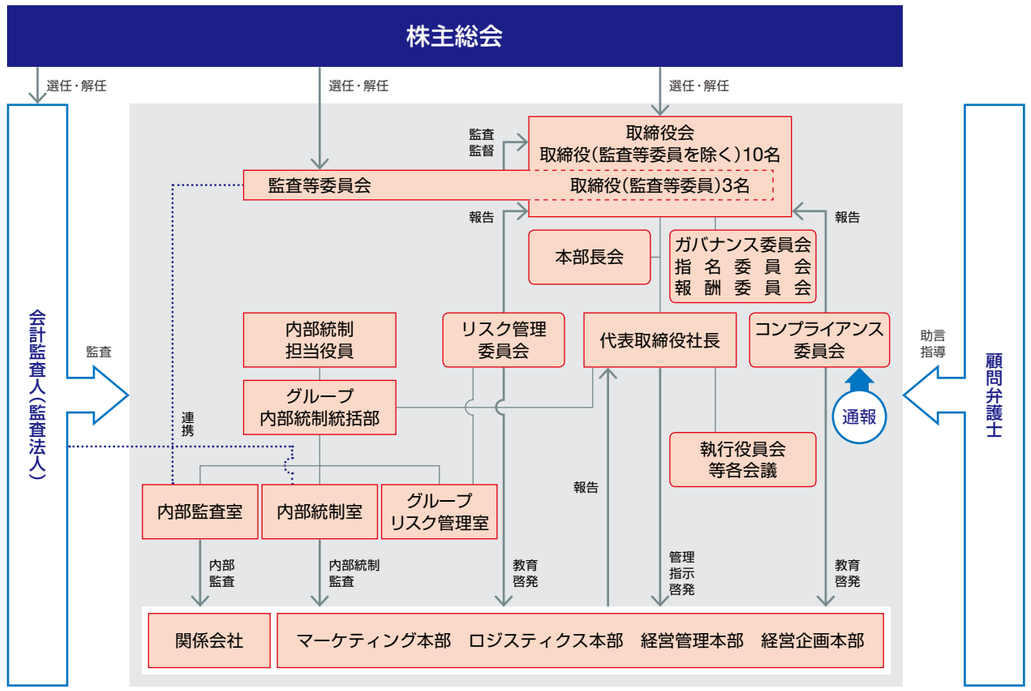
企業統治の体制と概要

当社は、2020年11月19日開催の定時株主総会において、監査等委員会設置会社への移行を内容とする定款の変更が決議されたことにより、当社は同日付をもって監査役設置会社から監査等委員会設置会社へ移行しています。

当社における監査等委員会は監査等委員である取締役3名（うち社外取締役2名）で構成され、取締役の職務執行の適法性および妥当性を監査・監督等しています。当社は、社外取締役を含めた監査等委員会による監査体制が経営監視機能として有効であると判断し、当該制度を採用しています。

取締役会は、監査等委員である取締役3名を含め取締役13名（うち監査等委員である社外取締役2名を含め社外取締役5名）で構成され、当社の業務執行を決定し、取締役間の相互牽制により取締役の職務の執行を監督しています。取締役会は、取締役会規程に基づき、原則として毎月1回の定例取締役会を開催しているほか、経営上の重要事項が発生した場合には、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。取締役会では法令および社内規程に従って重要事項を審議、決定するほか、各部門の担当取締役等から経営成績、業務執行状況および予算実績差異報告等を受けています。

本部長会は、取締役社長、取締役副会長、取締役副社長、取締役執行役員、各本部の本部長、副本部長、専務執行役員、および常務執行役員で構成され、内部統制担当役員および常勤監査等委員である取締役も出席しています。原則として毎月1回開催し、取締役会付議事項およびその他社内規程に定められた事項の決定をしています。本部長会の構成員である各本部長は、業務執行状況を報告するとともに、関係法令に抵触する可能性のある事項がある場合は、必ず本部長会に報告しています。内部統制担当役員は当該事項について必要な調査を行い、対応実施状況を本部長会に報告しています。



社外取締役

当社は経営者として豊富な経験と幅広い見識を持つ佐藤正昭氏、上村武志氏および徳田潔氏の3名を社外取締役として選任しています。当社は企業統治において果たす機能および役割として、3名の豊富な経験に基づき独立した中立的な立場から、経営判断が当社の論理に偏らないようチェックする機能を担っていただいています。

当社は、学識経験者として貴重な経験と幅広い見識を持つ岸本裕紀子氏および金融機関等で培った豊富な経験・実績・見識を持つ砂山晃一氏の2名を監査等委員である社外取締役として選任しています。当社は企業統治において果たす機能および役割として、両氏のそれぞれの専門分野で培われた経験と知識に基づき、独立的立場から監査業務を遂行していただくことを期待しています。

また、当社は、社外取締役5名(うち監査等委員である社外取締役2名)全員を東京証券取引所の定めに基づく独立役員として指定し、同取引所に届け出ています。

なお、当社の社外取締役はコーポレートガバナンス・コード「原則3-1情報開示の充実」に規定した「取締役選任基準」に基づき選任され、かつガバナンス委員会の構成員となっています。指名・報酬等の特に重要な事項に関する検討にあたっては、指名委員会、報酬委員会を通じて社外取締役(監査等委員である取締役を除く)の適切な関与・助言を得ています。なお、指名委員会、報酬委員会は、社外取締役(監査等委員である取締役を除く)を議長とし、社外取締役(監査等委員である取締役を除く)が過半数を占めています。

役員報酬

当社は、取締役(監査等委員である取締役を除く)および執行役員の報酬額の決定にあたっては、社外取締役(監査等委員である取締役を除く)を議長とする任意の報酬委員会にて検討を行い、取締役会にて決議します。また、報酬制度の妥当性については、取締役会から諮問を受けた報酬委員会にて審議し、その結果を取締役会に答申します。報酬委員会は、社外取締役(監査等委員である取締役を除く)が議長を担うとともに、委員の過半数を社外取締役(監査等委員である取締役を除く)で構成することで、客観性・透明性を強化しています。

取締役(監査等委員である取締役を除く)の報酬は、各人の役割に応じた「固定報酬」、短期インセンティブとしての会社業績と個人のミッション達成状況からなる「業績連動報酬」、中長期インセンティブとしての「株式報酬型ストック・オプション」から構成されています。社外取締役(監査等委員である取締役を除く)については、客観的立場から当社および当社グループ全体の経営に対して監督および助言を行う役割を担うことから、固定報酬のみとしています。監査等委員である取締役については、常勤と非常勤の別、社内取締役と社外取締役の別、業務分担等を勘案し、監査等委員である取締役の協議により決定しています。なお、監査等委員である取締役は、客観的立場から取締役(監査等委員である取締役を除く)の業務の執行を監査する役割を担うことから、固定報酬のみとしています。

役員区分	報酬等の総額(百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象となる役員の員数(名)
		固定報酬	業績連動報酬	ストックオプション	
取締役(社外取締役を除く)	232	124	107	—	9
監査役(社外監査役を除く)	24	24	—	—	2
社外役員	35	35	—	—	5

取締役会の実効性評価

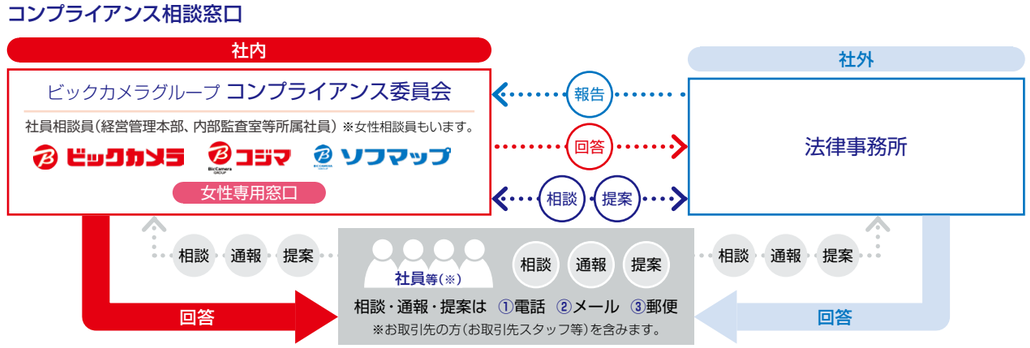
当社は、取締役会の実効性等の評価として、取締役会に参加する全役員に自主点検シートによるアンケートを実施しています。「取締役会の役割」「取締役会の運営」「コーポレートガバナンス・コード対応」「取締役会の構成に対する評価」「その他」の5項目について、回収した自主点検シートを事務局で集計し評価・分析し、その結果を取締役会において管掌役員より報告しました。

2020年8月期の取締役会の実効性評価は、概ね実効性の高いガバナンスを保持していると評価していますが、社外取締役へ審議内容の事前説明を実施する等、取締役会運営の一層の改善に努めていきます。

コンプライアンス

当社は、取締役および従業員の職務の執行が法令および定款に適合し、企業倫理を重んじ、かつ、社会的責任を果たすため、「ビックカメラ企業行動憲章」「リスク管理基本方針」および「コンプライアンスマニュアル」を取締役および従業員に周知徹底しています。

コンプライアンス担当役員は経営管理部門管掌役員とし、コンプライアンス担当部を法務室とし、コンプライアンスに関するマニュアルを作成するとともに、取締役



および従業員に配布し、研修等を実施することにより、取締役および従業員のコンプライアンスに関する知識を高め、これを尊重する意識の醸成に努めています。コンプライアンス相談窓口、個人情報お問い合わせ窓口、製品事故に関するお問い合わせ窓口を設置し、広く社内外からの情報の入手および活用を図る体制を整備しています。コンプライアンス相談窓口の運用は、「公益通報者保護規程」に従い、取締役および従業員が社内での法令違反行為等についての相談または通報を行いやすい体制を構築するとともに、相談者・通報者に対して不利益な取り扱いは行わないこととしています。

コンプライアンス担当部は、関係会社の取締役および従業員が社内での法令違反行為等について相談または通報を行いやすい体制を構築するとともに、当社グループの取締役および従業員に対し、その役職、業務内容等に応じて必要な研修を実施しています。また、「企業行動憲章」に、「市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決します。」と定め、反社会的勢力に対しては毅然とした態度で臨むこととしています。

情報セキュリティ

ビックカメラグループは、お客様情報、お取引先様情報を含む各種の情報資産を適切に管理することは極めて重要なことと認識しており、情報セキュリティに関する法令、国が定める指針その他の規範を遵守し、ビックカメラグループ情報セキュリティポリシーを定め確実な履行に努めています。

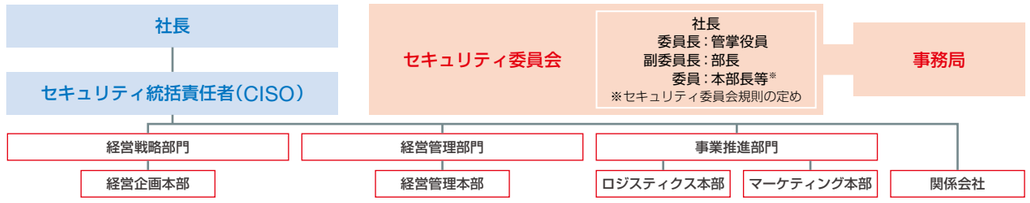
また、CSIRT(Computer Security Incident Response Team)およびプライベートSOC(Security Operation Center)を設置し、情報システムの安全確保と情報セキュリティマネジメントの推進に取組んでいます。

個人情報保護の取組み

ビックカメラグループは、会員情報や配送・修理情報といった多くの個人情報を扱っており、個人情報を保護することは極めて重要なことと認識しています。そのため、個人情報保護方針を定め確実な履行に努めるとともに、特別規程としてマイナンバー等取扱基本方針も定めています。また、個人情報を正確かつ最新の状態に保ち、個人情報の漏えい、滅失またはき損等を防止および是正するために、個人の権利利益を保護するための方針、体制、計画、実施、点検および見直しに係る個人情報保護マネジメントシステムを確立・実施・維持し、セキュリティシステムの維持、社内管理体制の整備、社員教育の徹底等の必要な措置を講じています。2006年にはプライバシーマークを取得し、個人情報の保護・管理を行っています。



情報セキュリティ管理体制



財務レビュー

財務ハイライト

(百万円)

	2016年8月期	2017年8月期	2018年8月期	2019年8月期	2020年8月期
売上高	779,081	790,639	844,029	894,021	847,905
営業利益	22,006	21,854	27,055	22,943	12,066
売上高営業利益率(%)	2.8	2.8	3.2	2.6	1.4
経常利益	23,067	24,364	29,241	25,871	14,690
売上高経常利益率(%)	3.0	3.1	3.5	2.9	1.7
親会社株主に帰属する当期純利益	11,985	13,505	17,122	14,047	5,450
売上高当期純利益率(%)	1.5	1.7	2.0	1.6	0.6
ROA(総資産経常利益率)(%)	6.9	7.1	8.2	6.8	3.4
ROE(自己資本当期純利益率)(%)	11.5	11.7	13.6	10.6	4.0
総資産	336,769	350,211	365,598	400,451	472,074
純資産	129,096	145,593	155,765	163,342	169,791
自己資本比率(%)	32.0	34.9	35.5	33.4	29.0
1株当たり配当金(円)	12	12	20	20	13

2020年8月期の経営成績

当連結会計年度におけるわが国経済は、緩やかな回復基調が一転し、新型コロナウイルス感染症(以下「本感染症」という)の影響により厳しい状況にありますが、このところ持ち直しの動きがみられます。個人消費は持ち直しているものの、本感染症による影響で、企業収益は大幅な減少が続いており、雇用情勢は弱い動きとなっています。

当家電小売業界における売上は、2019年に消費増税前の駆け込み需要がありましたが、その後の反動減が続く中で、2020年2月以降、本感染症による大きな影響が生じています。商品別にはOS(Windows7)のサポート終了に伴う駆け込みやテレワークに伴う需要が生じたパソコン、パソコン周辺機器のほかテレビが好調だったことに加え、冷蔵庫や洗濯機等が堅調に推移しました。一方、スマートフォン、デジタルカメラ、理美容家電等は低調に推移しました。

こうした状況下にあって、「より豊かな生活を提案する、進化し続けるこだわりの専門店の集合体」を目指し、接客力・専門性の向上、新規事業の拡大およびアフターサービスの強化に取組んでいます。また、当社の本サイトを中心とするインターネット通販事業の強化や店頭の表示価格が自動更新される電子棚札の導入等による店舗のデジタル化を進めているほか、物流拠点においてはロボット等を活用した効率化にも取組む等、積極的なIT投資を行っています。

本感染症による当社グループへの影響については、2020年3月以降、本感染症拡大防止を重視する観点から営業時間の短縮や臨時休業を実施しました。営業時間の短縮は現在も続けており、一部店舗(Air BicCameraの一部)では臨時休業を継続しています。営業にあたっては、従業員とお客様の安全確保を最優先に考え、マスク着用、丁寧な手洗い、従業員の出退勤時の検温、店内消毒、レジ・カウンター等への飛沫感染防止シート設置、ソーシャルディスタンスの確保等の対策を継続して実施していますが、ビックカメラは、都心の昼間人口減少やインバウンドの激減も重なり実店舗の販売は低迷しました。インターネット通販事業は、販売を大きく伸ばしたものの実店舗の低迷を補うには至りませんでした。一方、都市近郊を中心に事業を行うコジマについては、テレワーク等による商圏内の昼間人口増加等を背景に販売を伸ばしました。

店舗展開については、2019年11月8日に「ビックカメラ 所沢駅店」(埼玉県所沢市)、2020年2月7日に「ビックカメラ 日本橋三越」(東京都中央区)を開店しました。また、当社グループの家電と非家電の幅広い品揃えを、立地や客層を踏まえ集約した店舗形態の新店として、2020年6月1日に「ビックカメラ セレクト六本木駅店」(東京都港区)を開店しました。グループ会社については、株式会社コジマが、「コジマ×ビックカメライーアス沖縄豊崎店」(沖縄県豊見城市、6月19日開店)等、4店舗を開店しました。このほか、当社と日本空港ビルデング株式会社との共同出資のAir BIC株式会社が、2020年5月29日に「Air BicCamera東京スカイツリータウン・ソラマチ店」(東京都墨田区)を開店しました。

以上の結果、当連結会計年度の売上高は8,479億5百万円(前年同期比5.2%減)、営業利益は120億66百万円(前年同期比47.4%減)、経常利益は146億90百万円(前年同期比43.2%減)、税金等調整前当期純利益は126億29百万円(前年同期比44.3%減)となりました。法人税等合計が33億86百万円、非支配株主に帰属する当期純利益が37億93百万円となったため、親会社株主に帰属する当期純利益は54億50百万円(前年同期比61.2%減)となり、ROEは4.0%となりました。

資産、負債および純資産の状況

当連結会計年度末における総資産は、前連結会計年度末に比べ716億23百万円増加(前年同期比17.9%増)し、4,720億74百万円となりました。主な要因は、商品及び製品の減少270億29百万円があったものの、現金及び預金の増加914億19百万円、売掛金の増加19億77百万円によるものです。

当連結会計年度末における負債合計は、前連結会計年度末に比べ651億74百万円増加(前年同期比27.5%増)し、3,022億83百万円となりました。主な要因は、短期借入金の減少180億48百万円があったものの、1年内返済予定の長期借入金の増加125億22百万円、長期借入金の増加645億84百万円によるものです。なお、本感染症の影響に備え、手元資金を確保するため、緊急の資金調達として、700億円の長期資金の調達を行っています。

当連結会計年度末における純資産合計は、前連結会計年度末に比べ64億49百万円増加(前年同期比3.9%増)し、1,697億91百万円となりました。主な要因は、剰余金の配当(純資産の減少)35億18百万円、親会社株主に帰属する当期純利益の計上(純資産の増加)54億50百万円、非支配株主持分の増加(純資産の増加)32億38百万円によるものです。

キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度における連結ベースの現金及び現金同等物(以下「資金」という)は、前連結会計年度末に比べ914億19百万円増加し、当連結会計年度末には1,172億11百万円となりました。当連結会計年度における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりです。

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果獲得した資金は、520億4百万円(前年同期は131億92百万円の獲得)となりました。これは主に、法人税等の支払額59億94百万円があったものの、税金等調整前当期純利益126億29百万円、減価償却費89億16百万円、たな卸資産の減少額270億17百万円によるものです。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果使用した資金は、156億91百万円(前年同期は114億37百万円の使用)となりました。これは主に、有形固定資産の取得による支出113億15百万円、無形固定資産の取得による支出45億95百万円によるものです。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果獲得した資金は、551億6百万円(前年同期は20億69百万円の獲得)となりました。これは主に、短期借入金の純減少額180億48百万円があったものの、長期借入金の純増加額(収入と支出の差額)771億7百万円によるものです。

株主還元

当社は、株主の皆様への利益還元を最も重要な経営課題のひとつとして考えており、業績に応じた適正な利益配当の実施を基本方針としています。内部留保資金については、事業基盤拡充のための積極的な投資並びに財務体質の強化のための原資として有効活用し、継続的かつ安定的な成長に努めていきます。

当連結会計年度の年間配当については、1株当たり13円(中間配当10円、期末配当3円)となり、配当性向は42.0%となりました。

2021年8月期の見通し

2021年8月期におけるわが国経済は、国内外の本感染症の動向や金融資本市場の変動等の影響を注視する必要があるものの、本感染症拡大の防止策を講じつつ、社会経済活動のレベルを引き上げていく中で、各種政策の効果や海外経済の改善もあって、持ち直しの動きが続くことが期待されています。また、当家電小売業界については、本感染症予防対策やテレワーク・オンライン授業に関連する商品の需要が見込まれています。

このような状況下において当社グループは、「生産性の向上」と「持続的な成長」を2大戦略に掲げ、グループの企業価値の向上に努めています。

売上高

当社グループでは、本感染症の影響によりインバウンドマーケットが減縮しているものの、家電エコポイント制度終了から約10年が経過し、これに伴う買替需要の高まりから、テレビ、冷蔵庫、エアコン等は堅調な伸びを予想しています。また、本感染症の影響により自宅で滞在する時間が増加することに伴って、パソコン等のテレワークやオンライン授業に関連する商品のほかに、自宅で快適に過ごす「巣ごもり」を目的とした高付加価値機能の調理家電、「5G」と呼ばれる第五世代通信システムのサービスエリア拡大とサービスの拡充によるスマートフォンの売上は伸長するものと予想しています。このほか、今後については、商品軸では独自性のあるプライベートブランド商品の拡充、チャネル軸では着実に伸長しているインターネット通販事業や法人事業の更なる拡大、2021年春に予定している熊本県熊本駅北ビルへの新規出店等に取組むことから、グループ全体の売上高は前年同期比5.7%増の8,960億円を見込んでいます。

営業利益・経常利益

当社および株式会社コジマにおいて、インターネット通販事業の伸長による物流費の増加や、将来を見据えた積極的なIT投資を見込む一方、「生産性の向上」戦略の一環として、新しい組織体制への移行に伴う本部業務の見直しや働き方改革、また、物流インフラ強化、電子棚札の全店導入、販売支援ツールの導入等をはじめとするこれまで整備してきたIT投資の目的を明確に現場業務の効率化・短時間化等によるコスト削減を行うとともに、「持続的な成長」戦略として、独自性のあるプライベートブランド商品の開発強化、新規サービスや新規事業の開拓に取組む等、粗利の向上に努め、グループ全体の営業利益は、前年同期比24.3%増の150億円、経常利益は前年同期比15.7%増の170億円を見込んでいます。

親会社株主に帰属する当期純利益

親会社株主に帰属する当期純利益は前年同期比44.9%増の79億円を予想しており、ROEは5.7%となる見込みです。

企業情報

会社概要

会社名	株式会社ビックカメラ　BICCAMERA INC.
本社所在地	東京都豊島区高田3-23-23
池袋本部所在地	東京都豊島区西池袋3-28-13 池袋西口共同ビル8階
創業	1978年5月
会社設立	1980年11月
資本金	259億29百万円(2020年8月31日現在)
社員数	連結 9,024名　単体 4,556名(2020年8月期)
売上高	連結 8,479億5百万円　単体 4,605億1百万円(2020年8月期)
事業内容	カメラ、ビジュアル製品、オーディオ製品、パソコン、OA機器、携帯電話、家電製品、時計、ゲーム、メガネ・コンタクト、医薬品、玩具、スポーツ用品、寝具、酒類等の販売

役員一覧 (2020年11月19日)

代表取締役社長	木村 一義
代表取締役副社長	川村 仁志
取締役	安部 徹
取締役	田村 英二
取締役	秋保 徹
取締役	中川 景樹
取締役	中澤 裕二

取締役(社外)	佐藤 正昭
取締役(社外)	上村 武志
取締役(社外)	徳田 潔
取締役 監査等委員	大塚 典子
取締役 監査等委員(社外)	岸本 裕紀子
取締役 監査等委員(社外)	砂山 晃一

主なグループ会社一覧 (2020年11月20日)

社名	事業概要
株式会社コジマ	家庭電化商品等の販売
株式会社ソフマップ	パソコン、デジタル機器の販売、買取、修理
日本BS放送株式会社	衛星放送事業
株式会社ジェービーエス	一般貨物運送業
株式会社ビック酒販	酒類・飲食物の販売
株式会社東京計画	広告代理業、不動産の賃貸管理およびゴルフ場の運営
株式会社ビックアウトレット	家庭電化商品等の販売
株式会社東京サービスステーション	家庭電化商品等の取り付け工事
株式会社生毛工房	寝具の製造・販売
株式会社ラネット	移動体通信機器の販売
東京カメラ流通協同組合	共同金融事業
豊島ケーブルネットワーク株式会社	有線テレビジョン放送事業
株式会社フューチャー・エコロジー	廃棄物再資源化処理
株式会社バイコム	通信サービスの代理店事業
株式会社セレン	防犯機器商品の企画・販売

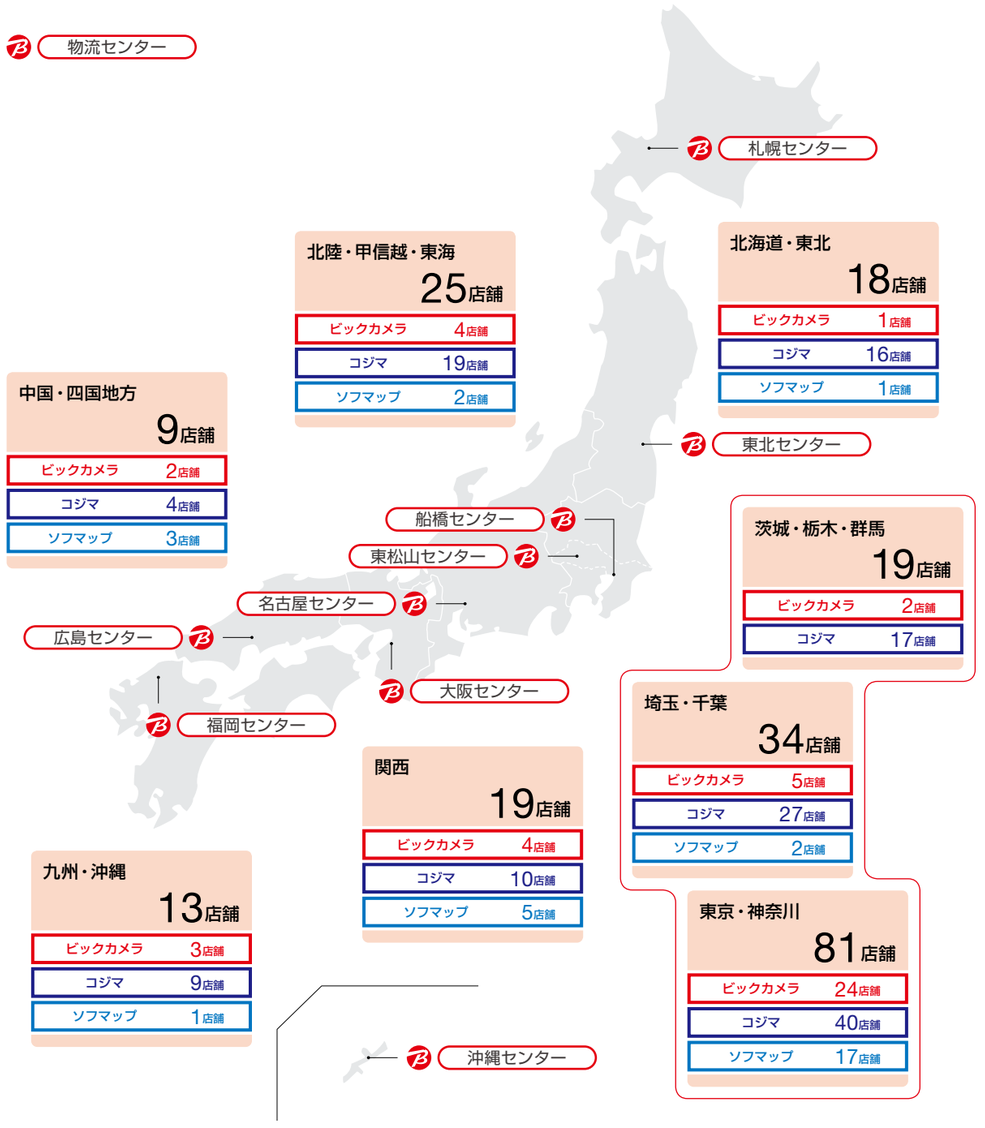
グループネットワーク (2020年12月31日現在)

ビックカメラグループ

合計 **218店舗**

内訳

ビックカメラ	コジマ	ソフマップ
45店舗	142店舗	31店舗



ビックカメラ

株式会社ビックカメラ



Governance

SDGs

Social





Environment